



**TARİHSEL SÜREÇTE SPORCU KADININ
MEDYADAKİ YERİ: KADIN SPORCUNUN
CİNSEL NESNELEŞTİRİLMESİ**

Filiz YEŞİLDAL

**Yüksek Lisans Tezi
Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı**

Doç. Dr. Gülcan TEKİN

**AĞRI-2025
(Her Hakkı Saklıdır)**

**T.C.
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANA BİLİM DALI**

Filiz YEŞİLDAL

**TARİHSEL SÜREÇTE SPORCU KADININ MEDYADAKİ YERİ: KADIN
SPORCUNUN CİNSEL NESNELEŞTİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ

Doç. Dr. Gülcan TEKİN

AĞRI-2025

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum “Tarihsel Süreçte Sporcu Kadının Medyadaki Yeri: Kadın Sporcunun Cinsel Nesneleştirilmesi” adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

x Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

ΔTezim sadece Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Δ Tezimin 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

18/04/2025

Filiz YEŞİLDAL

	LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ TEZ KABUL VE ONAY TUTANAĞI	Doküman No	FR-211
		İlk Yayın Tarihi	26.02.2024
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	00
		Sayfa No	1/1

Tarihsel Süreçte Sporcu Kadının Medyadaki Yeri: Kadın Sporunun Cinsel Nesneleştirilmesi

Doç. Dr. Gülcan TEKİN danışmanlığında, Filiz YEŞİLDAL tarafından hazırlanan bu çalışma, 18/04/2025 tarihinde aşağıda isimleri belirtilen jüri tarafından değerlendirilmiş olup Spor Yöneticiliği Ana Bilim Dalı Spor Yöneticiliği Bilim Dalında yüksek lisans tezi olarak **oybirliği** ile kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Yaşar ÇORUH

İmza :

Üye : Doç. Dr. Gülcan TEKİN

İmza :

Üye : Doç. Dr. Mehdi DUYAN

İmza :

Yukarıdaki sonuç;

Enstitü Yönetim Kurulu .../.../... tarih ve / numaralı kararı ile onaylanmıştır.

.....
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildiriş, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak olarak kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

HAZIRLAYAN	KONTROL EDEN	ONAYLAYAN



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ TEZ BENZERLİK RAPORU

Doküman No	FR-213
İlk Yayın Tarihi	26.02.2024
Revizyon Tarihi	
Revizyon No	00
Sayfa No	1 / 2

Benzerlik Oranlarına Dair Beyannamedir		
Öğrenci Adı Soyadı	Filiz YEŞİLDAL	
Numarası	226051075	
Ana Bilim Dalı	Spor Yöneticiliği	
Bilim Dalı	Spor Yöneticiliği	
Programı	Yüksek Lisans	
Danışman Unvanı Adı Soyadı	Doç. Dr. Gülcan TEKİN	
Tez Başlığı	Tarihsel Süreçte Sporcu Kadının Medyadaki Yeri: Kadın Sporunun Cinsel Nesneleştirilmesi	
Bölümler	Turnitin Sonucu	En Yüksek Değer
Giriş	%	% 25
Kuramsal Temeller/Kavramsal Çerçeve	%	% 30
Materyal ve Yöntem	%	% 30
Araştırma Bulguları	%	% 20
Sonuç/Tartışma/Öneri	%	% 20
TEZ (GENEL)	% 3	% 25

18/04/2025

Yukarıda bilgileri yazılı tez çalışmasının benzerlik oranları Turnitin raporundan alındığı haliyle yazılmış olup tüm bilgilerin doğru olduğunu, aksi halde doğacak hukuki sorumlulukları kabul ve beyan ederiz.

İmza

Öğrenci Adı-Soyadı

Filiz YEŞİLDAL

İmza

Danışman Adı-Soyadı

Doç. Dr. Gülcan TEKİN

HAZIRLAYAN	KONTROL EDEN	ONAYLAYAN
------------	--------------	-----------

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	iv
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
TEŞEKKÜR	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ	Error! Bookmark not defined.
BÖLÜM 1	1
1.1. Giriş	1
1.2. Araştırmanın Kapsamı	7
1.3. Araştırmanın Amacı.....	7
1.4. Araştırma Soruları	8
1.5. Araştırmanın Önemi	8
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	8
BÖLÜM 2	10
2.1. Araştırmanın Yöntemi	10
2.2. Araştırmanın Deseni	10
2.3. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analiz.....	11
BÖLÜM 3	12
3.1. Nesneleştirme ve Cinsel Nesneleştirme (Cinselleştirme).....	12
3.2. Medyanın Çerçeveleme Gücü ve Kadının Cinselleştirilmesi	13
3.3. Medya ve Spor İlişkisi: Spor Medyası.....	16
3.4. Tarihsel Süreçte Medya ve Kadın Sporcular	17
3.4.1. Medyada Kadın-Erkek Sporcu Ayrımı: Nicel Kapsam Eşitsizliği	19
3.4.2. Medyada Kadın-Erkek Sporcu Ayrımı: Nitel Kapsam-Cinsel Nesneleştirme Sorunu	24
3.4.2.1 Kadın Sporunda Kıyafet Kontrolü	27
3.5. Cinsel Nesneleştirmeye Uğrayan Kadın Sporcular	44
3.6. Ünlü Kadın Sporcuların Görseller ve Kullanılan Dille Cinsel Nesneleştirilmesi Örnekleri	48
3.6.1. Tayla Harris	48
3.6.2. Serena Williams.....	49
3.6.3. Maria Sharapova	51

3.6.4. Anna Kournikova.....	53
3.6.5. Amelia Mauresmo.....	57
3.7. Kadın Sporcuların Cinselleştirilmesinin Etkileri ve Kadın Sporcuların Cinselleştirilmeye Tepkileri.....	58
BÖLÜM 4	66
4.1. Tartışma	66
BÖLÜM 5	73
5.1. Sonuç ve Öneriler	73
5.1.1. Sonuç.....	73
5.1.1. Öneriler	77
KAYNAKLAR	77
ÖZGEÇMİŞ	103

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TARİHSEL SÜREÇTE SPORCU KADININ MEDYADAKİ YERİ: KADIN SPORCUNUN CİNSEL NESNELEŞTİRİLMESİ

Filiz YEŞİLDAL

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gülcan TEKİN

2025, 113 sayfa

Bu tez çalışmasında medyanın kadın sporculara cinsel bir obje muamelesi yaptığı ve onları bir şekilde istismar ettiği iddialarının ne derece gerçeği yansıttığı, medyanın kadın sporcuyla hangi yollarla cinselleştirdiği ve kadın sporcuların medyanın uyguladığı cinsel nesneleştirmeye tepkileri, mevcut bilgi ve belgelere dayanarak anlaşılmalı ve açıklanmaya çalışılmıştır. Kadın sporcuların medyadaki kapsamını inceleyen önceki çalışmaların sayısının sınırlı olmasından hareketle tasarlanan bu nitel yöntemli tez çalışmasında, döküman analizi ve literatür taraması, veri toplama araçları olarak kullanılmıştır. İncelencek dökümanlara ulaşabilmek için YÖK Ulusal Tez Merkezi, SOBIAD, WoS, EBSCO, Scopus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts ve Google Scholar veri tabanlarında gelişmiş tarama yapılmıştır. Literatür taramalarında Türkçe ve İngilizce dillerinde ‘kadın’, ‘sporcu’, ‘medya’, ‘toplumsal cinsiyet’, ‘cinsellik’, ‘cinsel nesne’, ‘cinselleştirme’ ve ‘nesneleştirme’ anahtar kelimeleri tekli ve kombine edilerek kullanılmıştır. Bu taramalarda ulaşılan bilimsel kaynaklar ve bu kaynaklarda sıkça atıfta bulunulan çevrimiçi bilimsel olmayan dergilerin kapakları ve içerikleri, gazeteler ile televizyon kanalları araştırma kapsamına alınmıştır. Kapsama alınan dökümanlar okunarak anlaşılmış, analiz edilmiş, değerlendirilmiş ve bir senteze ulaşılmıştır. Kadın sporcuların medya tarafından aleni bir biçimde sistematik toplumsal cinsiyet ayrımına ve cinsel nesneleştirmeye tabi tutulduğu, niceliksel medya kapsamının erkek sporculara göre oldukça yetersiz olduğu, kadın sporcuların en çok spor kıyafetleri, görsellerle cinselleştirildiği, kadın sporcu ve kadın sporunun önemsizleştirildiği sonucuna varılmıştır. Bazı kadın sporcuların popülerlik ve sponsorluk beklentileriyle medyanın cinselleştirme eylemlerini onayladığı, diğer bir kısmının buna şiddetle karşı çıktığı anlaşılmıştır. Cinsel nesneleştirmeyi önlemek için medya endüstrisi ve spor kuruluşları olumlu kadın sporcu temsillerine yer vermelidir. Özellikle genç kadınların cinselleştirilmiş imgeleri sorgulama ve eleştirme becerileri, toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya okuryazarlığı eğitimi ile geliştirilmelidir. Cinsel nesneleştirmeye toplumsal olarak da tepki gösterilmelidir. Medyanın cinselleştirilmiş kadın bedenlerine olan bağımlılığının nedenleri bilimsel olarak daha çok incelenmeli ve tartışılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Kadın sporcu, medya, toplumsal cinsiyet ayrımcılığı, cinselleştirme, nesneleştirme.

ABSTRACT

MASTER’S THESIS

THE IMAGE OF WOMEN ATHLETES IN THE MEDIA IN HISTORICAL PROCESS

Filiz YEŞİLDAL

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Gülcan TEKİN

2025, 113 pages

In this thesis, we attempt to understand and explain to what extent the claims that the media treats female athletes as sexual objects and exploits them in some way reflect the truth, in what ways the media sexualizes female athletes, and the reactions of female athletes to the sexual objectification implemented by the media, based on available information and documents. In this qualitative thesis study, which was designed based on a limited number of previous studies examining the coverage of female athletes in the media, document analysis, and literature review were used as data collection tools. To access the documents to be examined, an advanced search was conducted in the databases of the YÖK National Thesis Center, SOBIAD, WoS, EBSCO, Scopus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts and Google Scholar. In the searches, the keywords ‘woman’, ‘athlete’, ‘media’, ‘gender’, ‘sexuality’, ‘sexual object’, ‘sexualization’ and ‘objectification’ were used individually and in combination in Turkish and English. The scientific sources reached in these scans and the covers and contents of online nonscientific journals, newspapers, and television channels frequently cited in these sources were included in the scope of the research. The documents included were read, understood, analysed, evaluated and a synthesis was reached. It was concluded that female athletes were openly subjected to systematic gender discrimination and sexual objectification by the media, that quantitative media coverage was insufficient compared to male athletes, that female athletes were mostly sexualized through sportswear and visuals, and that female athletes and women’s sports were trivialized. It was understood that some female athletes approved of the media’s sexualization actions with the expectations of popularity and sponsorship, while others strongly opposed it. To prevent sexual objectification, the media and sports organizations should include positive representations of female athletes. Young women’s skills in questioning and criticizing sexualized images should be developed through gender equality and media literacy education. Sexual objectification should also be opposed socially. The reasons for the media’s dependence on sexualized female bodies should be further examined and discussed.

Keywords: Female athlete, media, gender discrimination, sexualization, objectification

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının tamamlanmasında sahip olduğu bilgi birikimi ve yönlendirmeleriyle, özen, nezaket ve hoşgörüsüyle emek veren danışmanım Doç. Dr. Gülcan TEKİN'e, çalışmanın metodolojik olarak şekil almasında ve kaynakların temininde danışmanımla birlikte destek olan Spor Yöneticiliği Ana bilim Dalı başkanı olan Prof. Dr. Ali TEKİN'e, yüksek lisans yaptığım süre boyunca derslerime giren ve bilimsel olarak daha donanımlı olmama katkı sağlayan sayın hocalarıma, İlköğretimden bu yana eğitim-öğretim hayatımda hakkı geçen tüm öğretmenlerime, bir öğretmen olarak eğitim-öğretim hayatında kendimi kıymetli hissetmeme vesile olan öğrencilerime ve bu süreçte manevi desteğini esirgemeyen sevgili oğlum Ahmet Doruk YEŞİLDAL'a teşekkürlerimi sunarım.

Ağrı-2025

Filiz YEŞİLDAL

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1. John Noble’’n 1895 tarihli ‘Yeni Dönüştürülebilir Kostümü’ yürüyüş, golf ve tekerlek (bisiklet) kullanımı için uygundur.....	28
Görsel 2. 1908 yılında Danimarka cimnastik takımı ‘yeni mayolar’ giydi	30
Görsel 3. Suzanne Lenglen (1925 Wimbledon Tenis Turnuvası), zamanına göre müstehcen ve uygunsuz kabul edilen kıyafetiyle müsabaka esnasında.....	31
Görsel 4. ABD ulusal futbol takımı kalecisi Briana Scurry (erkek takımı formalarıyla), 1996 Olimpiyatları’nda kalesini koruyor.....	33
Görsel 5. Olivia Breen, eleştirilen şortuyla Britanya Atletizm Şampiyonası’nda uzun atlama finalinde.....	34
Görsel 6-7. Sarah Voss ve Almanya Federasyonu’nun sosyal medya paylaşımları ...	35
Görsel 8. Norveç kadın plaj hentbol takımı, pazar günü oynanan bir maç sırasında bikini altı yerine şort giydiği için para cezasına çarptırıldı.....	36
Görsel 9. Protesto öncesi Danimarka erkek ve kadın plaj voleybolu takımlarının müsabaka kıyafetleri.....	37
Görsel 10. Farklı yarışma kıyafetleri ve uzun renki tırnaklarıyla özdeşleşen ünlü kısa mesafe koşucusu Florence Griffith Joyner.....	39
Görsel 11-12. Farklı cinsiyetten iki ünlü sporcunun temsilleri arasındaki fark.....	40
Görsel 13. Alman kadın cimnastikçilerin kıyafet tercihlerindeki değişim	41
Görsel 14. Müsabakaya çıkmak için saçlarını kestirmek zorunda bırakılan lise öğrencisi. Eyalet Lise Sporları Derneği’nden yapılan açıklamaya göre müsabakanın hakemi ‘bu konu iyice incelenene kadar’ başka maçlara atanmayacak	42
Görsel 15. Serena Williams’ın bu yıl Fransa Açık’ta giydiği kıyafete, turnuvanın yeni kıyafet yönetmeliği kapsamında izin verilmeyecek	43
Görsel 16. Taylor Harris.....	48
Görsel 17. Serena Williams.....	49
Görsel 18. Maria Sharapova.....	51
Görsel 19. Anna Kournikova.....	53
Görsel 20. Amelia Mauresmo.....	57

BÖLÜM 1

1.1. Giriş

Spor, geçmişte ilk insanların yaşamlarını sürdürebilmek için doğaya ve diğer canlılara karşı verdiği mücadeleler esnasında sergiledikleri avlanma, av olmama, tırmanma, kaçma ve kovalama gibi iptidai hareketlere ve kullandıkları aletlere kadar geriye giden bir olgu olarak tanımlanmıştır. Sporun tarihsel serüvenine bakıldığında insanoğlunun doğa ile olan yaşam mücadelesinin sonucu olarak barınma, beslenme gibi temel ihtiyaçlarını gidermek için ortaya çıkan bir eylemdir (Tekin ve Tekin, 2014). Spor, belirli kurallar çerçevesinde bireysel veya takım halinde gerçekleştirilen, özünde rekabet içeren ve bazı alanlarda kişisel eğlence niteliği taşıırken bazı alanlarda da rakibi yenerek başarıya ulaşmayı amaçlayan fizikselliğe dayalı aktivitelerdir. Sporu, bir kazananı olan, tekrarlanan ve organize fiziksel yarışmalar olarak açıklamak mümkündür (Bell, 1987). Spor geçmiş tarihlerden günümüz modern hayatına kadar uzanan geniş bir süreci kapsamaktadır. İlk şekillerde Antik Dönem'den önce Mısır, Mezopotamya ve Anadolu gibi uygarlıklarda görülmüş, gelişerek bugünkü halini almıştır (Bandy, 2000).

Organize spor, on dokuzuncu ve yirminci yüzyılın başlarında Britanya'da, erkeklerin giderek 'kadınsılaştığı' algısına yanıt olarak daha popüler hale gelmiştir (Mangan, 1981). Aynı zamanda birçok erkeğin savaşta olması nedeniyle devlet okullarında kadın öğretmenlerin sayısal hakimiyeti, erkeklik açısından bir 'kriz' yaratmıştır. Bu krize, spor ve izcilik gibi sadece erkeklere özel sosyal grup faaliyetleriyle daha güçlü bir erkeklik bağı oluşturarak yanıt verilmeye çalışılmıştır (Kimmell, 1996). Kadınları dışlayan sosyal ve sportif kulüplerin yeniden popülerlik kazanması, bu dönemde toplumsal cinsiyetin daha geniş çapta ve yeniden müzakere edilmesinin bir parçası olmuştur.

Viktorya döneminde orta sınıftan kadınların hayatlarını ağırlıklı olarak ev gibi özel alanlarda yaşamaları normal kabul edilmiştir. Böylece kadınların, işyeri veya spor kulüpleri gibi kamusal alanlara erişimleri kısıtlanmıştır. Kadınlar ayrıca genel anlamda kırılgan ve narin olarak görülmüştür (Dowling, 2001). Genç kadınların tüm enerjilerini 'doğal' çocuk doğurma ve yetiştirme kapasitelerine odaklaması gerektiği düşünülmüştür. Spor gibi aktivitelerin kadınların bedenlerine zarar vereceği ve

muhtemelen sağlıksız ve sakat çocuk doğurmalarıyla sonuçlanacağı özellikle hâkim olduğundan kadınların fiziksel aktivitelerden uzak kalmasını destekleyen bir kamuoyu oluşmuştur (Strong-Boag, 1988). Fiziksel aktivitenin üreme kapasitesine zarar verebileceğine dair bilimsellikten uzak efsanevi korkular artık spor yapan kadınları rahatsız etmese de 2006 Kış Olimpiyat Oyunları sırasında kadın sporcuların alp disiplini kayak yarışlarına erkek sporculardan daha ileride başlatılmalarında olduğu gibi kadını erkekten daha zayıf gören düşünce hakimiyetini sürdürmüştür.

Organize sporun ‘kadınsılaşma’ korkusuyla gelişmesi ve erkekliğin kadınlığa karşıt olarak tanımlanması nedeniyle spor, erkekliğin öğretildiği ve uygulamalarla pekiştirildiği bir alan haline gelmiştir. Baskın erkek standartları; İngiltere, Kanada ve ABD gibi ülkelerin devlet okullarında yer alan zorunlu beden eğitimi derslerinde, spor müsabakalarında ve soyunma odalarında tam anlamıyla oluşturulmuştur (Davison ve Frank, 2007). 1980’lerden itibaren beden eğitimi, rekabet yerine sağlığa odaklanan pedagojik değişikliklere uğramış olsa da kurumsallaşmış okul eğitimi ile toplumsal cinsiyet arasındaki ilişki geçerli olmaya devam etmiştir (Davison, 2000; Messner ve Sabo, 1994). Böylece spor sembolik olarak erkekliğin kadınlar ve evre üzerindeki g operasyonunun ‘son kalelerinden’ biri olmaya devam etmiştir (Frank, 1997).

‘İdeal’ eril vücut, çoğu spor dalında g, kaslılık, dayanıklılık, acıya tahammül, hız ve koordinasyon gibi çok değer verilen eril niteliklerden bazılarını temsil edecek şekilde eğitilmiştir. O halde, hegemonik erkekliğin oluşumu vücutta konumlanır ve vücut tarafından ifade edilir. Bu nedenle spor, erkekleri saldırgan ve otoriter bir tarza brndrmştir (Whitson ve MacIntosh, 1990). Örneğin organize takım sporlarında rekabet, g ve beceri yoluyla iki takımdan biri, rakibini alt ederek ‘kazanır’. Toplumsal yaşam da tıpkı böyle algılanmış, toplumsal cinsiyet ve sosyal ilişkilerde de benzer bir pozisyon benimsenmiş, “eril” konuşma, hareket etme ve davranma, kadınsı olmaktan daha fazla değer grmştir. Spor yoluyla vücut, erkekliği teşvik etmek ve savunmak üzere disiplin altına alınmıştır (Davison ve Frank, 2007). Erkeklerin ve kadınların ayrı ayrı yarıştığı birçok sporda, cinsiyete dayalı aynı olma ve dışlama yoluyla oluşun erkeksi bağ, cinsiyete dayalı ‘takımı’ desteklemek zorunda hissedeabilecekleri bir konuma getirilen sporcular için baskın erkekliği korur. Spor yoluyla ‘erkekliğin’ erkeklere bahşedilen ‘doğal’ bir durum olduğu ve üzerinde

Çalışılan, sürekli olarak müzakere edilen ve savunulan bir Şey olmadığı yanılısamasını yaratmıştır (Frank, 1994, 1997).

Yirminci yüzyılda kadınlar için elde edilen kazanımlara rağmen (Rail, 1998) fiziksel olarak sert ve yüksek riskli sporlara katılan kadınlar halen yaygın Şekilde ‘kadınsı olmayan’ olarak görülmekte ve (hetero) cinsellikleri genellikle Şüpheli kabul edilmektedir. İşte bu noktada toplumsal cinsiyet ve cinsellik birbirine yaklaşmış ve i içe geçmiştir. Başarılı sporcular medya tarafından kadınlıkları vurgulanarak aşırı heterosekselleştirilmiş (r. tenisçi Maria Sharapova) ya da cinsiyet kimlikleri ve cinsel yönelimleri sorgulanmıştır (r. tenisçi Amelie Mauresmo) (Koivula, 1999).

Öyle ki Griffin (1995), sporun bu bağlamda beş işlevini Şöyle belirtmiştir: geleneksel erkeklik kavramlarının tanımlanması ve pekiştirilmesi, kabul edilebilir ve güvenli erkek bağı ve yakınlığı için bir bağlam sağlamak, diğer erkekler arasında statü oluşturmak, erkek ayrıcalığını ve kadınların aşağılık olduğu algısını pekiştirmek ve heteroseksüelliği yeniden tanımlamak. Bu işlevleriyle spor, ‘diğerlerinin’ (eşcinsel erkekler, kadınlar özellikle ‘erkeksi’ kadınlar ve fiziksel engelli olanlar) dışlanması yoluyla hegemonik (baskın) erkeklik tanımlarını güçlendirmiştir. Spor, erkeklerin ‘diğerlerini’ dışlaması için bir çıkış noktası sunmuş ve bunu yaparken erkeklerin kadınlara, heteroseksellerin homoseksüellere göre statüsünü ve ayrıcalığını sağlamlaştırmıştır. Griffin (1995) tarafından belirtilen bu beş işlev; toplumsal cinsiyet, ayrıcalık, spor ve cinsellik arasındaki ilişkileri aşıkr ederken eşitsizliklerin sürekli üretilmesine neden olmuştur.

Kadının spor ortamındaki yeri ile ilgili çalışmaların tarihsel sürecine bakıldığında, erkeklerin baskın olduğu bir spor kültürünün varlığı söz konusudur (Osborne, 2005). Erkek egemen topluma rağmen antik çağlardan itibaren sınırlı ve yavaş yavaş artan bir oranla sportif faaliyetlerde yer aldığı bilinen kadınların, modern spora katılımları açısından 19. yüzyılın ikinci yarısı kritik bir dönem olmuştur (Memiş ve Yıldıran, 2011).

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren özellikle feminist hareketin etkisiyle kadın sporcuların statüsünü iyileştirmek için büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Hareketin kazanımlarından önce kadın sporcular erkek sporculardan daha kötü tesislerde, farklı kurallar altında ve daha sıkı giyim kurallarıyla spora katılmak zorunda

kalmışlardır. Toplum ayrıca kadın sporcuları büyük ölçüde göz ardı etmiş ve ayrımcılığa tabi tutmuştur; onları erkeksi ve eşcinsel olarak tasvir etmiş ve bu durumda kadınlar, spora katılımından daha çok geri adım atmışlardır. Bu sorunları fark eden grupların içinde özellikle feministler, bu eğilimleri tersine çevirmeyi ve kadın sporcular için daha iyi fırsatlar sağlamayı amaçlamışlardır. Eşit hakları ciddiyetle savunan ve yasaların çıkarılması için sıkı mücadeleler veren feministler; kadınların sporu sağlıklarını iyileştirmek ve korumak, yeni kimlikler oluşturmak ve erkek egemen alanlara adım atmak için kullanmalarını sağlamışlardır (Prakash, 1990).

Spordan dışlanmalarına odaklanmak yerine, birçok kadın tarihsel olarak spor yaşamları üzerindeki erkek kontrolüne direnmiştir (Lenskyj, 1986). Araştırmalar, geçen yüzyılda kadınların spor dünyasında erkek gücünün sadece pasif öznelere olmadığını göstermiştir (Birrel ve Cole, 1994). Kadın spor kulüpleri, takımları ve liglerinin kurulmasıyla kadınlar, erkeklerin kontrolüne aktif olarak direnmiş ve ‘kadınlar için spor’ yaratmanın ve spora katılmanın yollarını bulmuşlardır (Hall, 1996). Örneğin 1972 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) Kongre tarafından kabul edilen *Eğitim Değişiklikleri Yasası’nın 9. Maddesi*, kadın sporlarını en çok etkileyen yasa olarak kalmıştır: “*Amerika Birleşik Devletleri’nde hiçbir kişi cinsiyet temelinde katılımdan dışlanamaz, herhangi bir eğitim programında veya Federal mali yardım alan herhangi bir etkinlikte faydalardan mahrum bırakılamaz veya ayrımcılığa tabi tutulamaz.*” (Boles, 1989). Bu madde ile artan sayıda kadın, lise ve üniversite sporlarına katılmıştır; bu durum eşi benzeri görülmemiş bir kamuoyu desteğine ve medya kapsamına yol açmıştır (Riemer ve Feltz, 1997).

Kadınların genel olarak spor ortamında var olmaya başladığı 19. yüzyıldan itibaren medyanın spora ve kadın sporlarına ilgisi de paralel şekilde değişmiştir. Çünkü kadın sporcuların medyadaki kapsamının genişlemesi, haberciler ve medya organları açısından okunma ve izlenme oranlarını artırmanın yeni bir yolu olarak görülmüştür. Kadın sporları hakkında yazılan makaleler artmış; kadın sporcular televizyonlarda daha sık yer alarak her yıl milyonlarca takipçi çekmeye başlamıştır (Messner, Duncan, Jensen, 1993). İlk modern olimpiyat oyunlarından günümüze, kadın sporcuların genel anlamda spora ve olimpiyat oyunlarına katılım oranları ve yarıştıkları kategori sayıları da önemli düzeyde artmıştır (Tekin, 2022).

Bu kazanımlar, feminist hareketin sporcu kadına yönelik bazı hedeflerine ulaştığının somut göstergeleri olmuştur. Ancak kadın sporcular açısından çözülmesi gereken birçok sorun mevcudiyetini korumuştur. Bugünün en önemli sorunlarından biri (feminist hareketin hiç beklenmeyen ve arzu edilmeyen bir sonucu olarak da görülebilir) kadın sporcuların medya tarafından cinsel bir nesneye dönüştürülmesidir (Daniels, 2018).

Kadın sporunun ana akım medya kapsamı üzerine yapılan araştırmalar, kadın sporcuların temsillerinin sürekli olarak ‘tartışmalı ve ideolojik’ bir zeminde gerçekleştiğini ifade ederken (Messner, 1988) ana akım medyada uzun zamandır kadın sporunun kapsamındaki saygısızca ve gayriciddi tutumlar birçok araştırmacı tarafından özellikle vurgulanmıştır (ör. Lansbury, 2001; Douglas, 2005; Schultz, 2005). Aslolan kadın sporcuların fiziksel yeterliliklerinin spor performanslarının ve başarılarının vurgulanmasıyken (Gurung ve Chrouser 2007; Harrison ve Secarea, 2010) medya, kadını ve kadın sporcuyla daha ziyade cinsel bir meta olarak okuyucunun ve izleyicinin önüne atmıştır (Ward, 2016). Erkek sporcuların aksine kadın sporcuların öncelikle performans sporcuları olarak tanımlandığı çok nadiren görülmeye başlamıştır (Daniels, 2012). Bu nedenle, kadın sporcuların spordaki başarıları genellikle fiziksel güzelliklerinin ve cinsel çekiciliklerinin gölgesinde kalmıştır (Daniels ve Lavoie 2013; Sherry vd., 2016). Kadın sporcuları cinsel çağrışım yapan ya da doğrudan cinselliklerini takipçilerin gözlerinin içine sokan görsellerle, spor kıyafetlerinin frikik! veren anlarıyla hatta çıplak olarak betimleyerek sunan dergiler, reklamlar, müsabaka yayınları vb. medya içerikleri esasen ‘önce kadın, sonra sporcu’ algısını adeta izleyici ve okuyucuların beynine kazımıştır (Fink, 2015). Her şeyi göze alarak cinsiyet ‘normlarına’ meydan okuyan kadın sporcular ise sportif mükemmellik yoluyla ‘uygun kadınlığı’ ihlal etmemeleri için erkek baskın toplum tarafından bir sınırlama stratejisi olarak düzenli şekilde bedenlerinin nesneleştirilmesine ve cinselleştirilmesine maruz kalmıştır (Quinn, 2002).

Medyanın izlenme ve okunma oranlarını artırmak için yapmış olduğu bu tip yayınlara, kadın sporcuların da kendi popülerliklerini artırmak için yeşil ışık yakması, normal karşılayarak kabullenmesi durumu daha da karmaşık hale getirmiştir. Çoğunlukla bağış toplama amacıyla oluşturulan, çıplak kadın sporcuların yer aldığı bir dizi tartışmalı takvimin popüleritesi, sporda kadınların cinselleştirilmesinin, kadınların

spor başarılarını önemsizleştirmenin bir başka yolu olup olmadığı konusunda tartışmalara yol açmıştır. Örneğin spor fonlarındaki azalmanın yarattığı uluslararası seyahatlerin mali yükünü hafifletmek için Kanada Büyük Kadınlar Ulusal Rugby Takımı 2005 yılında bir takvim için yarı çıplak poz vermiştir. Hokey kalecisi Manon Rheume'un 1991 yılında Ulusal Hokey Ligi'nde bir gösteri maçında oynayan ilk kadın olmasının ardından Playboy Dergisi'ne çıplak poz vermeye davet edilmesi bir diğer örnek olarak gösterilmiştir. Benzer şekilde, Kanada Kadın Olimpik Hokey takımının altın madalyalı oyuncusu Cassie Campbell medyada düzenli olarak cinselleştirilmiş görselleriyle yer almıştır. Çıplak veya erotik pozlar veren kadın sporcular herkes tarafından eleştirilmeyebilir ancak kamuoyunun dikkati, kadın sporcuların sporundan ziyade bedenine doğru yönlendirilmiş olur (Davison ve Frank, 2007).

Sporcu kadınlar, erkeklerin bakışları altındadır ve cinselleştirilmiş kadın sporcular erkekler açısından son derece pazarlanabilir nesneler olarak görülmüştür. Sports Illustrated/CNN'in 2002'de Sports Illustrated Women'ın yayımlanmasını, yalnızca kadınlardan oluşan bir hedef kitle ile derginin yeterli geliri elde edemeyeceği argümanına dayandırarak iptal etmiştir. Birçok kadın sporcu bu nedenlerle, görünüşte finansal olarak kârlı olan erkek bakış açısına hitap ederken son derece cinselleştirilmiş bir spor ortamıyla pazarlık etmek zorunda kalmıştır (Davison ve Frank, 2007).

Kadın sporcuların bu tutuma yeşil ışık yakmalarının en önemli nedeni, birçok kültürde kadın sporlarının erkek sporlarıyla henüz eşit olarak görülmemesidir. Bu gerçeğin farkında olan kadın sporcular, kadınlıklarını vurgulamak, tanıtım ve para kazanmak için medyanın cinselleştirme eylemine boyun eğmek durumunda kalmıştır. Olimpik sporcu olan Lindsey Vonn bunun tipik örneği olmuştur (Boswell, 2004). Çünkü kadın sporcular geleneksel olarak kadınsı nitelikler olmayan güç ve bağımsızlığı ifade ettikleri için erkeksi ve lezbiyen olarak sınıflandırılmışlardır. Kadın sporcuları cinselleştirerek onların çekiciliğini; güç, performans ve başarıdan daha öncelikli kılmaları yönünde teşvik eden medya, aslında bu sporcu kadınların başarılarını küçümsemiş ve özsaygılarını hiçe saymıştır (Cahn, 1994).

Sporda cinselleştirme, uluslararası araştırmaların profesyonel sporun ticarileştirilmesi ve pazar ayarlamasıyla ilişkilendirdiği bir olgudur (Davis, 2001;

Smart, 2005; Stevenson, 2004). Sporun kökeni ataerkil bir yapıya dayanmıştır, erkek kurumu olarak kurulmuştur ve erkekler uzun süre (bazı açılardan halen) ona egemen olmuştur. Ancak, kademeli olarak ve giderek artan bir oranda spor katılımcı, yönetici ve temsilci olarak kadınlara açılmıştır. Bununla birlikte, sporda eşitliğin sağlanması için alınacak olan uzun bir yol olduğu aşikardır. Araştırmaların da vurguladığı gibi, medyada sporcu kadınların nesneleştirilmesi ve cinselleştirilmesi eşitsizliğin en bariz örneğidir (Dahlén, 2008; Hargreaves, 1994; Smart, 2005).

1.2. Araştırmanın Kapsamı

Hiç kimse sporun haz, tatmin ve yaşam boyu faydalarından dışlanmamalıdır. Kadınlar, yaratılmış iki cinsiyetten biri olarak sporun içinde yer almayı eşit şekilde hak etmelerine rağmen sporda cinsiyetçilik, tarihi bir konu olarak günümüze kadar ulaşmıştır. Sporda kadına yönelik ayrımcılık ve istismar vakalarının en temel nedeni, Antik Yunandan çok yakın geçmişe kadar süregelen ve halen çeşitli toplumlarda uygulamaları görülen ve etkileri devam eden erkek egemen toplumsal kültürdür. Bu kültürün en büyük mağdurları olan kadınlar, asırlar boyunca toplumsal yaşamdan genel olarak soyutlanıp dışlanmıştır. Bu tez çalışmasında, toplumsal cinsiyet eşitliğinin bir hayal olduğu kadim dönemlerden günümüze gelen süreç içinde geçmiş ve günümüz medyasının kadın sporcuya yaklaşımı, kadın sporcunun medya kapsamında nasıl şekillendirildiği detaylı şekilde ele alınarak bir sonuca varılmaya çalışılmıştır.

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu tez çalışmasında medyanın kadın sporculara cinsel bir obje muamelesi yaptığı ve onları bir şekilde istismar ettiği iddialarının ne derece gerçeği yansıttığı, medyanın kadın sporcuyu hangi yollarla cinselleştirdiği ve kadın sporcuların medyanın uyguladığı cinsel nesneleştirmeye tepkileri, mevcut bilgi ve belgelere dayanarak anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

1.4. Araştırma Soruları

1.4.1. Tarihsel süreçte kadın sporcuların medyada yer alma oranları erkek sporcularla karşılaştırıldığında toplumsal cinsiyet ayrımcılığından kaynaklı bir farklılık söz konusu mudur?

1.4.2. Tarihsel süreçte medya, kadın sporcuları cinsel nesneleştirmeye maruz bırakmış mıdır? Medya kadın sporcuları cinsel nesneleştirmeye maruz bırakırken en çok hangi yöntemlerden faydalanmıştır?

1.4.3. Tarihsel süreçte kadın sporcular, medyanın kendilerini cinselleştirmesine nasıl tepki vermişlerdir?

1.5. Araştırmanın Önemi

Kadın ve erkek cinsiyetleri açısından farklı çalışma alanlarında bilimsel araştırmalarla yapılan karşılaştırmalar her zaman ilgi çeken ve önem verilen çalışmalar olarak görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında, tarih ve spor bilimi açısından geçmişten günümüze kadın sporcuların medya kapsamında temsil edilme biçimlerine dair bilimsel incelemelerde meydana gelen değişim ve gelişmeleri ortaya koymak önemlidir. Çünkü toplumun cinsiyet olarak esasen eşit üyesi olan kadınların genel yaşam içerisinde uğradıkları eşitsizliklerin spor ortamına da sirayet etmiş olması kuvvetle muhtemeldir.

Yabancı literatürde medya, kadın sporcu ve cinsellik yani kadın sporcunun medya tarafından bir cinsel nesne olarak sunulmasını irdeleyen çalışmaların niceliksel yeterliği ortadadır. YÖK Ulusal Tez Merkezinde (<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tarama.jsp>) 01.11.2024 tarihinde “kadın”, “sporcu”, “medya”, “toplumsal cinsiyet”, “cinsellik”, “cinsel nesne”, “kadın sporcu ve medya”, “kadın sporcu ve cinsellik”, “kadın sporcu ve medya ve cinsellik” tekli ve çoklu anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan gelişmiş tarama sonuçları, ulusal literatürde bu tezin konusunun daha önce çalışılmadığını netleştirmiştir. Dolayısıyla bu tezin sonuçlarının hem tarih hem de spor bilimi alanına katkı yapabileceği hatta konusu itibarıyla başka disiplinlerle de ilgili olduğu için genel anlamda çalışılmaya değer olduğu öngörülmüştür.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın sonuçları, tez konusuyla ilgili olan ve ulaşılabilen kaynaklarla, bu kaynaklardan elde edilen bulguların doğruluğuyla sınırlıdır.

BÖLÜM 2

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu tez çalışmasında nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel yöntem, derin içgörüler elde etmek ve karmaşık olguları anlamak için ortaya çıkmıştır. Nitel araştırma insan deneyiminin ve bakış açısının zengin dokularını inceler, bağlamları ve nüansları yakalamaya çalışır. Nitel araştırmayla ilgilenmek sadece metodolojik bir tercih değil, sosyal olguların derinliklerini keşfetmeye yönelik bir teşebbüstür (Lim, 2024). Bu tip araştırmalarda neden-sonuç ilişkisi kurulmaz, olaylar bağlamı içerisinde incelenir. Yani olaylar içinde oluşup geliştiği değerler sisteminden yalıtılmadan analiz edilir. Nitel araştırma; görüşmeler, gözlemler, döküman (metin) ve görüntülerin analizini kullanarak sosyal süreçlerin doğal olarak incelenmesidir (Neuman, 2012).

2.2. Araştırmanın Deseni

Çalışmada veri toplanması için öncelikle alanyazın (literatür) taraması yapılmıştır. Literatür taraması, akademik çalışmalarda ilk ve önemli aşamalardan biridir. Çünkü önceki bilimsel araştırmalar, mevcut oldukları sürece sonraki araştırmalar için temel oluşturur (Üstdal ve Schulze, 2007). Bu aşamada, belirlenmiş bir konu hakkında yayımlanmış mevcut kaynakların olabildiğince geneline ulaşılır, bunlar detaylı bir şekilde analiz edilir (Gash, 1999). Literatür taraması ile araştırmacı yapmayı tasarladığı araştırmanın mevcut literatüre nasıl bir katkı sağlayacağına dair bir fikre ulaşır, araştırmanın problemini gözden geçirerek orijinal bir çalışmaya yönlenir (Çolak, 2012).

Çalışmada verilerin toplanması için kullanılan diğer bir teknik nitel araştırmalarda sıkça kullanılan döküman analizidir. Bilimsel araştırmalarda çok yıllar öncesinden beri kullanılan döküman analizi yöntemi (Duverger, 1973), araştırmacının incelediği konuyla ilgili bilgilere ulaşabilmesi için tarihsel veya güncel, yazarı belli veya anonim dökümanların hepsi birer veri kaynağıdır (Bailey, 1987). Döküman analizi, herhangi bir bilimsel araştırma sürecinin bir aşaması olarak değerlendirilse de verileri sağlamak için dökümanlara ulaşma, gözden geçirme ve analiz etme kendi başına bir bilimsel bir araştırma yöntemi olarak değerlendirilebilir (O’leary, 2004).

2.3. Araştırmanın Veri Toplama Süreci ve Analiz

Araştırmanın önemi bölümünde izah edildiği gibi, yabancı literatürde medya, kadın sporcu ve cinsellik yani kadın sporcunun medya tarafından bir cinsel nesne olarak sunulmasını irdeleyen çalışmaların niceliksel yeterliği ilk literatür taraması esnasında açıkça görülmüştür. Bu tez konusuyla doğrudan örtüşen ya da dolaylı ilişkili mevcut ulusal kaynak bulunamamıştır. Bu durum çalışmamızda faydalanan kaynakların çoğunluğunun yabancı menşeli olmasını zorunlu kılmıştır. İncelenecek dökümanlara ulaşabilmek için YÖK Ulusal Tez Merkezi, SOBİAD, WoS, EBSCO, Scopus, JSTOR, ScienceDirect, Cochrane Library, ACM Digital Library, Embase, DOAJ, Historical Abstracts, SciFinder Scholar, CORE, ASC, ERIC (via ProQuest), Sociological Abstracts ve Google Scholar veri tabanlarında gelişmiş tarama yapılmıştır. Taramalarda Türkçe ve İngilizce dillerinde ‘kadın’, ‘sporcusu’, ‘medya’, ‘toplumsal cinsiyet’, ‘cinsellik’, ‘cinsel nesne’, ‘cinselleştirme’ ve ‘nesneleştirme’ anahtar kelimeleri tekli ve kombine edilerek kullanılmıştır.

Bu taramalarda ulaşılan bilimsel kaynaklar ve bu kaynaklarda sıkça atıfta bulunulan çevrimiçi bilimsel olmayan (magazinsel) dergilerin kapakları ve içerikleri, gazeteler ile televizyon kanalları araştırma kapsamına alınmıştır. Kapsama alınan dökümanlar okunarak anlaşılmış, analiz edilmiş, değerlendirilmiş ve bir senteze ulaşılmıştır.

BÖLÜM 3

3.1. Nesneleştirme ve Cinsel Nesneleştirme (Cinselleştirme)

Nesneleştirme Kuramı; birçok Batı kültüründe kadınların bedenlerinin başkalarının, özellikle erkeklerin cinsel zevki için nesneler olarak ele alındığını ileri sürmüştür (Fredrickson ve Roberts 1997). Nesneleştirme Kuramı; erkekler, cinsel azınlıklar ve etnik azınlıklar dahil olmak üzere daha çeşitli popülasyonlara sürekli olarak genişletilmiştir (Fredrickson vd., 2011).

Kendini nesneleştirme geçici değil öğrenilmiş bir özellik olarak kavramsallaştırılmıştır (Calogero, 2011). Kendini nesneleştirme, görünüşe yeterlilikten daha fazla değer verme (Noll ve Fredrickson, 1998) gibi bilişsel bileşenler ve kronik vücut izleme (McKinley ve Hyde, 1996) gibi davranışsal bileşenlerden oluşur. Nesneleştirme yoluyla, bir kadının kişiliği (ör. kapasiteler, düşünceler, duygular, zihin) göz ardı edilir ve vücut, parçalarına indirgenir. Nesneleştirme, bir kadını görünüşüne indirgemeyi içerdiğinden başkalarının nesneleştirilmiş bir hedef hakkındaki algıları etkilenir (Gervais vd., 2013) ve genellikle bu algılar olumsuzdur (Heflick vd., 2011).

Araştırmacılar, kadınların bedenlerine erken yaşlardan itibaren başkaları tarafından bakıldığına, yorumlandığına ve değerlendirildiğine işaret etmişlerdir. Kadınlar, deneyimlenen ve gözlemlenen cinsel nesneleştirmeden, (cinsel) çekiciliğin kadınsı cinsiyet rolünün merkezi bir yönü olduğunu ve bu nedenle çabalamaları gereken bir hedef olduğunu öğrenirler (Fredrickson ve Roberts, 1997). Nesneleştirilmiş bir benlik görüşünün içselleştirilmesi (kendini nesneleştirme olarak adlandırılır) bir dizi olumsuz psikolojik sonuçla ilişkilidir (Roberts vd., 2018). Moradi (2011), cinselleştirme deneyimlerinin hem kişinin 'görünüştüğü' hem de güzellik ideallerinin içselleştirilmesine yol açtığını ve bunun da kendini nesneleştirmeye yol açtığını kuramsallaştırmıştır.

Nesneleştirme Kuramı'na göre kendini nesneleştirme, kültürel düzeydeki cinselleştirme deneyimlerini bireysel düzeydeki zihinsel sağlık ve iyiliğin psikolojik ve davranışsal özelliklerine dönüştüren psikolojik mekanizmayı açıklar (Calogero, Tantleff-Dunn ve Thompson, 2011). Örneğin deneysel çalışmalar kendini

nesneleştirmenin daha fazla beden utancı ve daha fazla görünüm kaygısını yordadığını göstermiştir (Moradi ve Huang, 2008).

Cinsel nesneleştirme, bir kişiyi öncelikle fiziksel ve cinsel çekiciliğine dayalı bir nesne olarak görme, kullanma ve/veya değerlendirme uygulaması olarak tanımlanır (Fredrickson ve Roberts, 1997). Cinsel olarak nesneleştirme deneyimleri yalnızca cinsel nitelikte değildir aynı zamanda çekici bir görünüm yaratma, sunma, sürdürme ve her zaman geliştirme yönündeki toplumsal baskıyı da içerir (kadınlar için zayıf-ideal, erkekler için kaslı-ideal) (Moradi, 2010; Zurbriggen, 2013). Bu nedenle, cinsel nesneleştirme birçok şekilde ortaya çıkabilir ve ideal bir vücut tipinin tasvirlerinden, kişinin kendi vücudunun (istenmeyen) değerlendirmelerine (ör. bakışlar, ıslıklar, cinsel yorumlar) veya cinsel tacize (Kozee vd., 2007; Moradi, 2011) kadar uzanır.

Fredrickson ve Roberts (1997) ‘cinsel nesneleştirme’ ve ‘cinselleştirme’yi birbirinin yerine kullanılabilen terimler olarak ele almıştır. American Psychological Association (APA, 2007), cinselleştirme teriminin cinsel nesneleştirmeyi de içerdiğini belirtmiştir. APA’ya göre, cinselleştirme (a) bir kişinin değeri, diğer özelliklerin dışlanarak öncelikle veya yalnızca cinsel çekiciliği veya davranışıyla belirlendiğinde, (b) bir kişi, dar bir şekilde tanımlanmış fiziksel çekiciliği seksi olmakla eşitleyen bir standarda tabi tutulduğunda, (c) bir kişi cinsel olarak nesneleştirildiğinde veya (d) cinsellik bir kişiye uygunsuz bir şekilde dayatıldığında meydana gelir.

3.2. Medyanın Çerçeveleme Gücü ve Kadının Cinselleştirilmesi

Çerçeveleme kavramını ilk kez kullanan Goffman’a göre (1974) çerçeve diye bilinen yorum şemaları, bireylerin olayları ve bilgi parçalarını algılamalarına ve tanımlamalarına olanak sağlar. Çerçeveler, metnin içinde bazı düşüncelere dikkat çekerken diğerlerini bütünü görünmez hale getirebilir (Entman, 1991). Çerçeveleme, bilginin paketlenmesi ve düzenli hale getirilmesidir (Simon ve Xenos, 2000), çerçeveler konu ile ilgili belirli anlamları geliştirmek için yol göstericidir, tarif edicidir (Entman, 1991). İnsan beyni gerçekler üzerine düşünmez, çerçeveler ile çalışır; gerçeklerin çerçevesi doğru kayar. Böylece bir konuyu çerçevelemek, düşünceleri etkilemede en önemli güç haline gelir (Hiebert, 2003). İnsanlar çoğu sosyal ve politik konu üzerinde çok da iyi bilgi sahibi değildirler ve bu yüzden çerçeveleme, insanların iletişime yönelik yanıtlarını ciddi biçimde etkiler

(Kahneman ve Tversky, 1984). Bir çerçeve bireylerin mesajdan çıkarımlarını şekillendirerek o mesajın anlamını sınırlar ya da belirler. Çerçeveler, mesajı oluşturanın yargılarını da yansıtır (Hallahan, 1999).

Medya; yayıncılık, yayıncılık ve internet gibi platformları kullanan, radyo ve televizyon, gazeteler, dergiler ve çevrim içi olarak insanlara en geniş şekilde ulaşan ve onları etkileme gücüne sahip olan ana kitle iletişim aracıdır (Moore, 2013). Toplum ve birey üzerinde son derece etkili olan medya; habercilik, toplumsallaştırma, sosyalleşme, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel gelişim, eğlence ve bütünleştirme gibi önemli işlevlere sahiptir (Rouse, 2017).

Bu nedenle medya, modern çağın en güçlü sosyalleşme araçlarından biri olarak kabul edilir (Near, 2013). İnsana ait eylemlerin bütün unsurları, çok seri bir şekilde hareket eden ve hızla gelişen iletişim dünyasında karşılıklı bir etkileşim, oluşum ve değişim sergilemiştir (McLuhan ve Fiore, 1967). Medya sadece iletişim kurmak veya gerçeği az ya da çok doğru bir şekilde yansıtmakla kalmamış, medya mesajları aynı zamanda ortak algısal modlar yaratarak görme biçimlerini şekillendirmiş, takipçiler tarafından kendi kültürel, sosyal ve bireysel koşullarına göre kullanılıp yorumlanmıştır. Bu durum, güç yapılarının toplumsal ilişkileri şekillendirmesine neden olmuştur (Fuchs, 2012). Araştırmacılar medyanın ‘çerçeveleme gücünün’ toplumun gerçeklik algısını nasıl manipüle ettiğini göstermiştir (Pan ve Kosicki, 1993).

Medyada yer alan reklamlar, diziler, filmler ve haberler, toplumun genelinde belirli cinsiyet rollerini ve normlarını güçlendirirken günümüz toplumunda toplumsal cinsiyet değerlerinin üretilmesinde en etkili sosyalleşme biçimlerinden biridir (Pederson, 2002). Medya, cinselleştirici görüntülere, metinlere, seslere ve deneyimlere maruz bırakmada önemli bir rol oynar (Fredrickson & Roberts, 1997). Çok sayıda içerik analizinden elde edilen sonuçlar, cinselleştirmenin televizyonda müzik klipleri (Aubrey, 2006), basılı dergiler (Stankiewicz ve Rosselli, 2008), video oyunları (Burgess vd., 2007) ve sosyal paylaşım siteleri (Kapadzic ve Herring, 2015) gibi çok çeşitli medya türlerinde geniş bir yer bulduğunu göstermiştir. Örneğin video oyunları medya pazarındaki payını artırdıkça, bu yeni medya biçimi bilimsel araştırmalarla incelenmeye başlanmış (Beasley & Standley, 2002; Scharrer, 2004), birçok video

oyununun kadın klişeleriyle dolu olduğu ve bu içeriklerin cinsiyetçiliği besleyebileceği hatta dindarlık gibi geleneksel bir yapı ve yeni dijital medyanın cinsiyetçilik konusunda bazı benzer etkilere sahip olduğu kaydedilmiştir (Begue vd., 2017).

Nesneleştirme Kuramı 30 yıl önce ortaya atılırken ‘kitle iletişim araçlarının kadın bedeninin cinselleştirilmiş imgelerini yaygınlaştırma kapasitesinin hızlı ve kapsamlı olduğu, bu imgelerle yüzleşmelerin özellikle Amerikan ve Batı kültüründe kaçınılmaz’ olduğu belirtilmiştir (Fredrickson ve Roberts 1997). Medya cinselleştirmesi hakkında uzun süreli (1995-2015) bir literatür incelemesi sonucunda, ‘bu nesneleştirici kadın kavramsallaştırmasının gücünün acımasızlığından kaynaklanabileceği’ sonucuna varılmıştır. Medya, kadınları cinsel anlamda rutin bir biçimde nesneleştirici şekillerde tasvir etmiştir ve bu tasvirler hem kendini nesneleştirmeye hem de kadınlara karşı olumsuz tutumlara neden olmuştur (Ward, 2016).

University of Minnesota Libraries (2010), “Medya ve Kültürü Anlamak: Kitle İletişim Araçlarına Giriş” adlı yayınında medyanın gelişiminin sözlü hikâye anlatma geleneği ile başlayıp yazılı iletişim, matbaa, telgraf, radyo, televizyon ve son olarak dijital medya ile ilerleyen birçok aşamaya ayrılmıştır. Her yeni medya biçimi, insanların çevrelerindeki dünya ile etkileşim kurma ve onu anlama biçimlerini değiştirmiştir. Medya, siyaset, sosyal adalet ve toplumsal cinsiyet rolleri de dahil olmak üzere belirli konulara ilişkin kamuoyu görüş ve tutumlarını şekillendirmiştir. Medya özellikle kadınlar, beyaz olmayanlar ve marjinal gruplara yönelik önyargıları sürdürmek için sıklıkla kullanılmış, toplumsal norm ve değerlerin yansıtılmasında önemli bir rol oynamıştır (University of Minnesota Libraries, 2010). Bu çalışmada, medyanın geleneksel olarak iktidar konumunda olanlar tarafından kontrol edildiği ve genellikle bu iktidarı sürdürmek için bir araç olarak kullanıldığı öne sürülmüştür. Diğer taraftan dijital medyanın yükselişi, farklı gruplara seslerini duyurma, bilgiye ve alternatif bakış açılarına daha fazla erişim sağlama olanağı vererek bu geleneksel güç dinamiğine meydan okumuştur. Modern dijital medya çağında medya okuryazarlığı ve eleştirel analiz ihtiyacının altı özellikle çizilmiştir.

Medya, nesneleştirmenin yaygın bir kaynağıdır (Ward, 2016) ve kadınların nesneleştirilmesi kültürel nedenlerle daha çok ve özellikle ABD ve Batı toplumlarında oldukça yaygındır. Kadınlar, kişilerarası deneyimler (ör. nesneleştirici bir bakış veya medya maruziyeti) (Holland vd., 2017) yoluyla düzenli olarak nesneleştirici olaylara tanık olurlar.

3.3. Medya ve Spor İlişkisi: Spor Medyası

Spor, insanları fikirler, yerler, organizasyonlar ve değerler gibi ortak noktalarda birleştirmiştir. Bu bağlar çok güçlü hale gelmiş ve bu da spor sisteminin içinde ve dışında tüm faaliyetlerin iletişimini ve eş güdümünü gerektirmiştir. İletişim ve tanıtım belki de en dikkat çekici şekilde spor sektöründe uygulanmıştır. Gazetecilik alanında ekonomik bir faaliyet olarak bilgi aktarımı son ürün olarak büyük önem taşıırken spor sektöründe en geniş kitleye dolaylı ve çekici bir şekilde sunulan diğer bilgiler, tanıtımın özünü oluşturmuştur (Dugalic, 2018). İletişim bilimi açısından, böyle bir yaklaşım doğrudur ancak ekonomik olarak sürdürülebilir olmamıştır. Spor gazeteciliği, spordan gelen hiçbir bilginin istenmeyen olmadığı gerçeğinden başlar. Bu doğrudur ancak sorun, tüm bilgileri her ne pahasına olursa olsun spora bağlamaya çalışan yayıncılardan kaynaklanmıştır (Dugalic, 2018). Bunun sonucunda etik ve yasal normlara aykırı olan sosyolojik olgular ticarileştirilmiştir. Sporcular, yarışmalardan önce ve sonra, yenilgi veya galibiyet durumunda her zaman baskı altındadır, bu nedenle diğer olumsuz olgularla birlikte (doping olayları, spor yaptırımları, vb.), medyanın kendilerine verdiği popülerlik ve güç nedeniyle, genel kabul görmüş toplumsal normların oluşumuna katkıda bulunmuşlardır. Medya, sporda sapmaları ve suistimali teşvik etmese bile, bireylerin tutumlarını ve yetenek ve ahlak sınırlarının sürekli zorlandığı toplumsal çevreyi şekillendirme gücüne hep sahip olmuştur (Lazarevic vd., 2014).

Medya ve spor, örgütsel olarak farklı varlık nedenlerine ve beceri gereksinimlerine sahiptir. Medya ‘semboller oluşturma’, spor ‘bedenselleşme’ özelliklerini öncelerken bu iki sektör geçen yüzyılda birbirleri için vazgeçilmez hale gelmiş ve ayrılmamak üzere simbiyotik bir ilişki içine girmiştir (Rowe, 2004). Bu ilişki devamlı ve güçlü bir etkileşim yaratmış; medya, gelişen teknolojiye de beslenerek sporun tüm dünyada sosyal bir olgu olarak kabulünde pay sahibi olmuştur

(Güz, 1996; Öztürk, 1998). Hal böyleyken spor da izlenme oranlarının artışı ve medyanın genel gelişimi için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Çünkü seyircilerin ezici çoğunluğu, spor olaylarını medya aracılığıyla takip etmiştir. Spor; düzenli, büyük ve oldukça sadık okuyucu, dinleyici ve izleyici gruplarını oluşturma gücüyle medyaya birçok değerli nitelik kazandırmıştır (Harris, 1998).

Bu etkileşimin ortaya çıkardığı bir alt tür olarak spor medyası, spor olaylarını yayınlamak ve analiz etmek, sporla ilgilenenlerin merak ettiği haberleri, sonuçları ve benzeri bilgileri sunma amaçlarını yerine getirmeye çalışır. Spor medyası bu amaçlara gazeteler, dergiler, televizyon, radyo ve internetin yanı sıra sosyal medya platformlarıyla oluşturduğu geniş bir ağla ulaşmaya çalışır (Sahu, 2020). Aslında bu süreç gazete ve dergi gibi geleneksel basın organlarıyla başlamış, teknolojik ilerlemelerle birlikte televizyon, radyo ve internet üzerinden büyük ölçüde yaygınlaşmıştır. Günümüzde sosyal medya platformları spor medyasının önemli bir bileşeni haline gelmiştir (Hutchins ve Rowe, 2012). Spor medyası, bireyi bilgilendirme ve onları spora katılıma yönlendirme yanında, spor etkinliklerini evrenselliği temsilen tüm dünyaya yayma kapasitesine sahiptir (Dever, 2010). Spor medyası özellikle dijitalleşmeden sonra spor yönetiminin uzmanlık alanlarından birini haline gelmiş; spor, medya ve kitle kültürü arasındaki sembiyozdan dolayı, bunlar olmadan modern toplumun düşünilemeyeceği yönünde ortak bir kanı oluşmuştur (Rowe, 2004, Boyle ve Haynes, 2009).

3.4. Tarihsel Süreçte Medya ve Kadın Sporcular

Kadın sporu yeni bir olgu değildir, kadınlar Antik Yunandan beri rekreasyon ve rekabetçi sporlara katılmıştır (Dufur, 2006). Bununla birlikte spor özellikle son 20-30 yıl içinde kadın nüfusu arasında önemli ölçüde yaygınlaşmıştır. Ancak spor, geleneksel olarak kadınların katılım fırsatlarını kısıtlayarak onları baskı altında tutan bir toplumsal alanı oluşturmuştur. Mariah Nelson bu gerçeği “Vurmanın, yakalamanın, atmanın ve atlamaların tarafsız insani faaliyetler olmadığını, bir şekilde daha doğal olarak erkeklerin alanı olduğunu öğrendik. Sinsi bir şekilde, kültürümüzün erkeklerin profesyonel sporlarına duyduğu saygı ve kadınların spor başarıları konusundaki sessizliği, kadın ve erkek olarak kendimizi nasıl hissettiğimizi

şekillendirdi, tanımladı ve sınırladı.” diyerek çarpıcı biçimde vurgulamıştır (Nelson, 1994).

II. Dünya Savaşı sonrası kadınların hızlı bir şekilde gücüne katılması ve feminist hareketin yeniden canlanmasıyla birlikte 1930’lardan 1960’lara kadar açıkça göz ardı edilen kadın sporunda katılım ve eşitlik talepleri artmıştır (Messner, 1988). ABD’de Madde 9’un 1972’de yürürlüğe girmesi, genişleyen kamu desteğiyle birlikte kadınların spor ve egzersiz alanlarında görülme oranlarına yansımıştır (WSGCWSF, 1988). Bunun sonucunda geleneksel olarak erkeklerle sınırlı olan takım ve bireysel sporlarda da kadın katılımcı sayısında istatistiklere yansıyan artışlar görülmüştür (Cahn, 1994).

Kadın sporcular artistik patinaj, cimnastik ve tenis gibi kalıplaşmış kadın sporlarının dışına taşmış, artık futbol, rugby, buz hokeyi, güreş ve boks gibi erkek sporlarının içine hızla dalmıştır. Kadınların elde ettiği fırsatları başarıya çevirmeleriyle elde ettikleri ödüllerin maddi faydalarının yanı sıra, erkekliğin inşası ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği ideolojisindeki değişimler de aynı derecede etkili olmuştur (Theberge, 1993). Ancak, kadın sporcuların haber metinlerinde yer alan birçok tasviri, bu kazanımlara ilişkin ilginç soruları gündeme getirmiştir çünkü televizyon reklamları, basılı reklamlar ve basında yer alan haberler kadınların spor başarılarının yerine onların cinsel çekiciliğine ve kadınsı niteliklerine odaklanmıştır.

Fink (1998), ABD olimpiyat takımının kadın sporcuları tarafından 1996 Modern Yaz Olimpiyatları’nda elde edilen başarılı sonuçlardan sonra “Daha önce hiç olmadığı gibi, kadınlar spor dünyasında varlıklarını hissettiriyorlar ve toplumun tüm kadın sporcuları kabul etmesini sağlaması için medyanın elinde zengin bir fırsat var...” ifadelerini, kadın sporcuların ve kadın sporunun medyanın kapsamı, pazarlaması ve tanıtımında olumlu bir dönüşümün olacağı beklentisiyle sarf etmiştir. Bu dönüşüm gerçekleşseydi spor ve ötesindeki kadınlar için muazzam sonuçlar doğurabilirdi. Çünkü sporun her yerde var olan çekiciliği onu son derece etkili bir sosyal kurum yapmış ve Kane’nin (1988) belirttiği gibi medya, modern kültürde değerleri şekillendirmek için en güçlü kurumsal güçlerden biri haline gelmiştir.

Kadın sporcuların medyada yer alma oranları gösterilen güçlü dirence rağmen az da olsa bir değişiklik göstermiş, en azından durağanlaşmıştır. Ayrıca kadınlara karşı

cinsiyetçilik, aleni cinsiyetçilik (Benokraitis ve Feagin 1995) veya eski moda cinsiyetçilik (Swim vd., 1995) gibi daha düşmanca formlardan, modern cinsiyetçilik (Swim vd., 1995) veya yeni cinsiyetçilik (Tougas vd., 1995) olarak adlandırılan daha gizli bir cinsiyetçiliğe evrilmiştir.

3.4.1. Medyada Kadın-Erkek Sporcu Ayrımı: Nicel Kapsam Eşitsizliği

Lumpkin ve Williams (1991), Bishop (2003), Duncan ve Messner (2005) ve Messner ve Cooky (2010), medyanın kadın sporuna ilişkin kamu algılarını şekillendirmedeki önemli etkisini belgelemek için medyayı içerik ve eleştirel analize tabi tutan önemli araştırmacılarıdır. Bu çalışmalara temel olan araştırmalar 1980 ve 1990'larda gerçekleştirilmiş, bu araştırmalarda kadın sporcuların medyada temsil edilme şekilleri ve oranları, erkek meslektaşlarıyla karşılaştırmalı olarak ilk kez sistematik olarak analiz edilmiştir.

Piyasa araştırmasına göre, Sports Illustrated dergisinin 2011'deki tirajı 3,178,760'a ulaşırken ESPN Dergisi 2,109,547 aboneye ulaşmıştır (Audit Bureau of Circulations, 2011). Her ikisinin de önemli çevrimiçi varlığına sahip olması ve kapaklarını genellikle web sitelerinde yayınlaması, bu dergilerde yayınlanan haber ve görsellerin küresel çapta bir erişime sahip olmasını sağlamıştır.

Lumpkin ve Williams'ın (1991) yaptığı öncü çalışmada, Sports Illustrated dergisinin 1954-1987 yılları arasında yayınlanan sayılarının yalnızca %8'inin kadın sporcularla ilgili bir makale içerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bulgularının boyamsallığı ve özgünlüğü, cinsiyet ve spor medyasına yönelik akademik ilgiyi artırmıştır. Lumpkin ve Williams'ın (1991) çalışma bulgularına göre, bu dönemde yayınlanan makalelerin 3068'i (%88,8) erkekler tarafından ve 3178'i (%90,8) erkek sporcular hakkında yazılmıştır. Diğer taraftan makalelerin 157'si (%4,5) kadınlar tarafından ve 280'i (%8,0) kadın sporcular hakkında yazılmıştır. Kadınların haberleri daha çok tenis, golf ve yüzme gibi 'cinsiyete uygun' sporlarda yer almıştır. Erkek sporcuların yer aldığı makalelerin sütun uzunlukları kadın sporculara göre çok daha uzun bulunmuştur. Hokey, ragbi, futbol, beyzbol, boks gibi klişe 'erkek' sporu kabul edilen spor haberlerinde hiçbir kadın temsil edilmemiştir. Çok ilginçtir ki kadın sporcularla ilgili makalelerin toplam sayısı erkeklerinki yanında oldukça az olmasına rağmen kadın sporcularla ilgili makalelerde daha fazla görsele yer verilmiştir. Yani

erkekler hakkında daha çok yazılırken sporcu kadınlara ilişkin haberler daha çok görsel kullanılarak temsil edilmiştir. Lumpkin ve Williams (1991), dergi kapaklarının önemli temsil yerleri olduğunu çünkü kültürel önem duygusunu ilettiklerini ve tarihsel olarak okuyucuları derginin içeriğine çekmenin bir yolu olarak kullanıldığını belirtmişlerdir.

Birrel ve Theberge (1994), bu ve benzer benzer bilimsel çalışmalardan cesaret alan feminist eleştirmenlerin, medyanın kadın sporlarını yeterince ele almadığını ve bu nedenle medyanın ‘erkekleri kadınlara göre ayrıcalıklı kılan toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yeniden üretilmesi’ için uygun bir ortam yarattığından rahatsız olduklarını belirtmiştir. Dahası feministler, kadın sporcuların kapsama alındığı nadir anların, “kadın sporcuları çarpıtan, önemsizleştiren, marjinalleştiren ve heteroseksüelleştiren egemen ataerkil kadın imgeleri etrafında çerçevelendiğini ileri sürmüştür (Birrel ve Theberge, 1994).

Fink ve Kensicki (2002) tarafından yapılan çalışmada, Sports Illustrated’da 1997-1999 yılları arasında yayınlanan 958 görselli makale analiz edilmiş ve 862 makalede erkek görsellerinin, sadece 96 makalede kadın resimlerinin kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Kadın sporculara ait bu görsellerin çoğunluğu spor dışı ortamlara (ör. evde aileleriyle birlikteyken) aittir, sadece üçte birinde kadın sporcular spor yaparken görüntülenmiştir ve %5’i pornografik veya cinsel çağrışımlı olarak değerlendirilmiştir. Aynı zaman diliminde, görsel içermeyen 816 makalenin 735’inde erkeklerden, sadece 82 makalede ise kadınlardan bahsedildiği belirlenmiştir. Sonuç olarak görsel kullanılan veya kullanılmayan makalelerin yalnızca %10’unda kadınlar konu edilmiştir.

Bu çalışmanın (Fink ve Kensicki, 2002) sonuçları hemen peşine Bishop (2003) tarafından yapılan analiz sonuçlarıyla örtüşmüştür; 1980-1986 yıllarını kapsayan bu analize göre kadın sporcular, Sports Illustrated’da yayınlanan makalelerin %8’inde ve görsellerin %10’unda yer almıştır. Medyanın kadın sporcu kapsamına getirdiği kısıtlama genellikle Olimpiyat Oyunları gibi büyük uluslararası etkinliklerin haberlerinde biraz da olsa gevşetilmiştir. Bu nedenle Fink ve Kensicki (2002) ve Bishop’un (2003) çalışmalarının ABD’li kadın sporcuların 1996 Atlanta Olimpiyatları’nda büyük yankı uyandıran başarısının ardından yürütüldüğünü

unutmamak gereklidir. Özellikle milliyetçi bağılıklar, büyük organizasyonlarda kadın sporuna bir süre için yoğunlaşılmasına neden olmuştur ancak haber kapsamı miktarı erkek sporculara göre yine de sönük kalmıştır (Markula, 2009). Etkinliğe özel bu kısa süreli artışlara rağmen çoğu feminist araştırmacı, ‘sadece haber kapsamındaki artışın kadın sporunun daha iyi temsil edilmesi’ anlamına gelip gelmediğini sorgulamaya’ devam etmiştir (Markula, 2009).

Martin ve McDonald (2012), Sports Illustrated veya ESPN the Magazine’e ait 1700’den fazla dergi kapağında, görsellerin sadece %6’sının kadın sporculara ait olduğu, 1989’dan bu yana neredeyse %50 oranında azalma yaşandığı, erkek sporcuların kapaklarda çok daha yüksek yüzdelerde temsil edildiğini belirlemişlerdir. Kadın sporcuların bu iki popüler derginin kapak sayfalarında yer bulma oranlarındaki düşüş, bu konuda kadın sporcular lehine bir gelişmenin olmadığını işaret etmiştir. İlginç olan, spor hayranlarının uzun süredir favorisi Sports Illustrated’ın, popüler mayo sayılarında ünlü sporcu kadınları çok sık şekilde cinsellikleriyle öne çıkarmış olmasıdır (ör. Kane, 1988; Fink ve Kensicki, 2002).

1989’dan itibaren ABD medyasında (televizyon) yer alan spor kapsamında kadın sporcuların varlığını değerlendiren boylamsal çalışmalar (Cooky vd., 2013; Cooky vd., 2015) çok büyük cinsiyet farklılıklarının olduğunu kaydetmiştir: Kadın sporcuların kapsamı 1989-2009 yılları arasında % 5’ten endişe verici bir şekilde % 1,6’ya düşmüştür. Bu durum basılı medya için de doğrulanmıştır: kadın sporcuların kapsama alanı otuz yıl boyunca (1979-2010) % 2,3’te kalmıştır (Sainz de Baranda, 2010). Ayrıca, resimli dergilerin boylamsal çalışmaları da asimetric kapsamın zamanla korunduğunu doğrulamaktadır (Weber ve Carini, 2013). Olimpiyat oyunları sırasında kadın sporcuların medya kapsamı rutin şekilde artar ancak kadınlar erkek sporcuların kapsamı ile karşılaştırıldığında yetersiz temsil edilmeye devam edilir (Delorme ve Testard, 2015). Global Medya İzleme Projesi’nce gerçekleştirilen uluslararası en kapsamlı boylamsal çalışma sonuçları, kadınlara odaklanan spor konularının listenin en önemsizleri arasında olduğunu ve kadınların başarılarının değerini düşüren cinsiyetçi yorumlardan oluştuğunu göstermiştir (WACC, 2015).

Frisby (2017) daha güncel bir çalışmada, 2012-2016 yılları arasında Sports Illustrated ve ESPN’nin toplam 245 kapak sayfasını, bireysel erkek ve kadın

sporcuların tasvirlerini analiz etmek için kullanmıştır. İncelenen kapaklara göre genel olarak kadın sporcu görseli oldukça az kullanılmıştır; kapakların %88,1'i (n=216) erkek, %11,9'u (n=29) kadın sporcuların görüntülerine ayrılmıştır. Bu durum, beş yıllık bir süre zarfında, spor dergisi kapaklarında kadın sporcuların kapsam yüzdesinin önemli ölçüde değişmediğini ve önceki araştırmacılar tarafından bildirilen seviyelerde kaldığını göstermiştir.

Hemen akabinde Murray (2018) tarafından yürütülen analiz çalışmasında Sports Illustrated'ın kapaklarında yer alan kadın sporcu sayısının artmadığı aksine azaldığı belirlenmiştir. Bu tespiti en önemli kanıt, kadın sporcuların kapaklarda 2000-2011'e kıyasla 1954-1965 yılları arasında daha fazla yer almış olmasıdır. Sınırlı kapsamın yanında, kapaklarda yer alan kadın sporcuların cinsel olarak nesneleştirilmesi ve sporcu kadınlardan toplumsal olarak kadına uygun veya kadınsı sporlarla ilgilenenlerin haberlerinin öne çıkarılmasına devam edilmiştir.

Kadın sporcuların medyada yetersiz temsil eğilimi, Sports Illustrated ve ESPN ile sınırlı değildir. 2004 yılında 6 haftalık bir süre boyunca ABC, NBC, CBS iştirakleri ile ESPN Sportscenter ve Fox Southern California Sports Report kapsamında spor haberlerini analiz eden Duncan ve Messner (2005), erken akşam ve gece geç saatlerde televizyon spor haberlerinde kadın sporlarının yeterince bildirilmediği sonucuna varmıştır; yayın süresinin %91,4'ü erkek sporlarına, %6,3'ü kadın sporlarına ve %2,4'ü cinsiyetten bağımsız konulara ayrılmıştır. Bu rakamlar, 1999 yılında yayın süresinin %8,7'sinin kadın sporlarına ayrıldığı dönemden bu yana kadın sporlarının kapsama alınmasında bir düşüş olduğunu göstermiştir. ESPN Sportscenter ve Fox Southern California Sports Report bu konuda çok daha cimri davranmıştır. Fox, neredeyse her kadın haberine karşı 15 erkek haberi yayınlarken ESPN için bu oran 1'e 20'dir. ABC, NBC, CBS iştiraklerinde her yayın bir şekilde erkek sporlarını kapsarken Fox ve Sportscenter yayınlarının neredeyse yarısı kadın sporlarıyla ilgili hiçbir içerik sunmamıştır (Duncan & Messner, 2005).

Messner ve Cooky (2010) tarafından yapılan daha güncel bir çalışmada, ağ bağlantılı haber kapsamında, kadın sporlarının yüzdesinin 1999 yılında 9'a, 2004'te 6'ya ve 2009'da 2'ye düştüğü tespit edilmiştir. Benzer yüzdesel düşüşün SportsCenter içinde geçerli olduğu kaydedilmiştir; kadın sporcular yayın süresinin 2004'te %2'sini,

2009’da yalnızca % 1’ini alabilmiştir. Bir zamanlar ‘kadın sporlarının TV haberlerinde evrimsel bir artış olacağı yönündeki iyimser öngörünün yanlış olduğu” sonucuna varılmıştır. Özetle Messner ve Cooky (2010) tarafından yapılan bu çalışmanın sonuçları, televizyon haberlerinde kadın sporlarına ayrılan kapsamın son 15 yılda azaldığını ortaya koyarken feministlerin uzun zamandır dillendirdiği ‘kadın sporlarının kapsam olarak azlığı’ iddialarını ve ‘sporun yalnızca erkekler tarafından, erkekler hakkında ve erkekler için’ olduğu söylemini desteklemiştir.

Spor medyasında yetersiz temsil sorununu ele alırken Hardin vd. (2006) tarafından yapılan spor gazeteciliğiyle ilgili sekiz ders kitabının içerik analizi sonuçlarına göre bu kitaplar, öncelikle ‘gelecek vadeden gazetecilerin, ideal olarak, bir demografik grubu diğerlerinden daha fazla haber değeri taşıyan konuma getiren değerleri reddetmeleri” idealini tanıtmada yetersiz kalmıştır. Genel olarak kitaplarda bulunan atıfların ve spor gazetecilerine özel olarak yapılan atıfların %89’unda erkekler yer almıştır. Kadınlara yapılan atıfların %48’i spor bağlamına bile alınmamıştır. Yıllarına göre daha yeni kitaplarda, sporcu kadınlara yapılan metin içi atıfların yüzdesinde artış görülmemiştir. Bu çalışmanın bulguları oldukça çok önemlidir çünkü spor gazeteciliği ders kitapları, müstakbel spor medya personellerini eğitmeye ve öğretmeyi amaçlarlar. Tam tersine bu ders kitapları, ‘sporun ve spor gazeteciliğinin erkeksi olduğu fikrini güçlendiren, sporun toplumsal cinsiyet kalıplarını teşvik eden ve bu nedenle öğrencileri, kadın sporlarının gerçekleriyle donatmak yerine bu kalıpları sürdürmeleri için bir model sağlayan baskın kültür inançlarını sürdürmüştür (Hardin vd., 2006).

Erkek sporcuların ezici ve aşırı temsili göz önüne alındığında cinsiyet boşluğu, kadın sporcuların zayıf kapsamını karakterize etmeye devam etmiştir (Fink, 2015; MacArthur vd., 2015; Shifflett vd., 2016). Bu sosyal gerçeklik, kadın sporcuların medya yoluyla ‘sembolik imhası’ olarak tanımlanmıştır (Tuchman, 2000) ve aşılmaktan çok devam eden bir gerçekliktir. Bu eşitsizlik göz önüne alındığında, ‘herkesin kadın sporlarının popüler olmadığını ve neredeyse yok’ olduğunu varsayması oldukça kolaylaşmıştır (Rayburn vd., 2015).

3.4.2. Medyada Kadın-Erkek Sporcu Ayrımı: Nitel Kapsam-Cinsel Nesneleştirme Sorunu

Kadınlar medyada sadece nicel olarak yetersiz temsil edilmemekle kalmamış, niteliksel olarak da ayrıma uğramışlardır (Kamalian, 2017). Bu nedenle kadın sporcuların medyada stereotipik temsilleri baskın olmaya devam etmiştir (Yu, 2009). Kaskan ve Ho (2016), kadın sporcuların beceri ve başarılarının görünmez ve geçersiz kılınması ile ayrımcılık yapıldığını işaret ederken McClearen (2017), artık geçerliliğini yitirmiş olmasına rağmen kadınların fiziksel, zihinsel ve duygusal olarak “zayıf cinsiyet” olarak klişeleştirilmesinin ve kadınların cinsel nesne haline getirilmesinin devam ettiğini belirtmiştir. Fredrickson ve Roberts (1997) ise kadınlara erkek zevkinin hizmetinde olan cinsel nesne imajı atfedilmesi, iyi görünüm ve cinsel çekiciliklerinin öne çıkarılmasıyla medyada ayrımcılık yapıldığını kaydetmiştir.

Medya ilaveten, kadınların kadınlık alanıyla sınırlı olduklarını ve kısıtlayıcı cinsiyet rollerini (anne/eş ve bakıcı) sık sık hatırlatmıştır (Pfister 2015; Sherry vd., 2016). Dolayısıyla bu toplumsal cinsiyet stereotipleri mevcut asimetrisi toplumun diğer bölümlerinde de üretmiştir (Glick ve Fiske, 2001). Cinsiyet ayrımcılığı sonucunda erkekler ‘dünyanın merkezinde bir referans noktasına’ yerleştirilirken kadınlara, erkeklerin rekabet gücünün, hırslarının ve güçlü, aktif bedenlerinin aksine (Franzoi, 1995) bağımlılık ve boyun eğme, zayıf ve pasif bedenler ile tanımlanan ‘ikinci cinsiyet’ kategorisinde yer verilmiştir (Moreno vd., 2025).

Kadın sporcular güçlü, kuvvetli ve rekabetçi kadın temsilleri aracılığıyla bu anti-hegemonik modeli tehdit etmiştir (Cooky, 2018). Bu tehdidin farkında olan ve bu gerçeklikle yüzleşmek istemeyen erkek egemen spor dünyası, toplumsal cinsiyet kalıplarından güç alıp kadınları ‘görünmez’ kılarak hegemonik kadınlığı reddetmeye çalışmıştır. Heteronormatif ve hegemonik güzellik idealleriyle karakterize edilen spor dünyası cinsiyetçi (MacArthur vd., 2016), homofobik (Sartore ve Cunningham, 2009) ve ırkçı uygulamalar ortaya koymuştur (Kroon, 2019).

Bazı araştırmacılar, medyada kadın sporcuların daha az cinsiyetçi ya da ayrımcı bir imajla temsil edilmesinin, kadın sporcuların cinsel obje ya da alay konusu olarak görülmesini büyük ölçüde tersine çevirmeyi başardığını ileri sürmüştür (Delorme ve Testard, 2015). Benzer şekilde, diğer bazı çalışmalar da haber içerik

analizlerine göre temsil oranı açısından eskisi kadar farklılıkların olmadığını (Sherry vd., 2016; Shifflett vd., 2016) ancak kadın sporculara değer veren ve onları değersizleştiren temsilleri içeren tutarsız mesajların (Bruce, 2013), sporcuların gücü ve başarısına odaklanan görüntüleriyle cinselleştirilmiş görüntülerinin bir arada kullanılarak devam ettirildiğini (Khomutova ve Channon, 2015) tespit etmişlerdir.

Kadınlara yönelik ayrımcılık düşmanca olmaktan çıkıp daha ince, gizli ve ikircikli bir cinsiyetçiliğe dönüşmesi, daha kararsız ve kuşkulu bir gerçekliği ve yeni bir soruyu cevaplama gereksinimine neden olmuştur (Glick ve Fiske 1996; Swim vd., 1995). “Kadın sporcular medyada dilsel olarak nasıl muamele görüyorlar?” sorusuna cevaben yapılan çalışmalar; haber içeriklerinde toplumsal cinsiyet ayrımcılığının hâlâ baskın olduğunu (Angelini ve Billings, 2010), kadın sporcuların olumsuz temsil edildiğini (Yip, 2016), başarı atıflarının ayrımcı olduğunu (MacArthur vd., 2016), kadın sporcuların başarılarının baltalandığını ve önemsizleştirildiğini (Musto vd., 2017; Withycombe, 2011) doğrulamıştır.

Spor yapan kadınların pornografik/cinselleştirilmiş imajıyla ilgili çalışmasında Duncan (1990), 1984 ve 1988 Olimpiyat fotoğrafçılığını içerik olarak analiz etmiş ve cinselleştirmenin, kadın sporcuların salt sporcu olarak algılanmalarına zarar verdiğini ifade etmiştir. Görselleri en çok kullanılan sporculardan biri olan atlet Florence Griffith-Joyner, kendiyle ilgili haber metinlerinde düzenli olarak cinselleştirilmiş fotoğraflarıyla kullanılmıştır. Bu tür temsiller kırpma, küçültme, büyütme ve rötuşlama gibi yapay müdahalelerle estetik yorum eklemeye olanak sağlayan fotoğrafın; doğallık, gerçekçilik ve otantiklik havası yaratma gücü göz önüne alındığında daha da ikna edici hale gelmiştir (Duncan, 1990). Cinsellik içeren pozların önemini Kuhn (1985), “bir kadının cinselliğinin görüntüsüne sahip olmak, görüntü ne kadar kitlesel olarak üretilirse üretilsin bir şekilde kadına sahip olmak, onun üzerinde bir dereceye kadar kontrol sağlamaktır” ifadeleriyle vurgulamıştır. Sports Illustrated’ın yıllık mayo sayısında olduğu gibi kadınların kitlesel olarak üretilen cinselleştirilmiş ve yarı pornografik görselleri, kadınlar üzerinde sistematik bir kontrol sağlamanın bir aracı olarak hizmet etmiştir.

Lumpkin ve Williams’ın (1991) nitel analizine göre, Sports Illustrated’da yayınlanan makalelerde, kadın sporcuları tanımlamak için güzellik, seksi, seks

sembolü, sarışın, zarif, mükemmellik gibi kelimeleri içeren özel bir dil kullanılmıştır. Medya yapımcıları bu tür ifadeler kullanarak idealize ettikleri heteroseksüel erkek izleyici kitlesinin yalnızca geleneksel olarak çekici kadınları değil aynı zamanda “tenis oyuncuları veya cimnastikçiler gibi ‘küçük kızları ve sevgilileri’ de tercih ettiğini varsaymıştır” (Markula, 2009). Ayrıca, çekirdek aile içindeki sporcu kadınların, sık sık erkeklerin anneleri/eşleri/kız arkadaşları olarak tanımlanması hem lezbiyenlerin varlığına hem de kadınların basmakalıp 'erkeksi' sporlara katılımını çevreleyen homofobiye karşı savunmacı bir yanıt olarak hizmet ederken aynı zamanda “kadın sporunun erkek sporu için ciddi bir tehdit olmadığını ve dolayısıyla daha az önemli olduğunu etkin bir şekilde garanti altına alır.” (Markula, 2009).

Spor haberlerine veya yayınlarına gömülü ana temalardan biri, kadın sporlarındaki cinsiyet farklılıklarıyla ilgilidir. Medya cinsiyeti, arzulanan veya beklenen söylem ve görüntülerin manipüle edildiği bir şekillendirme işlevi olarak tasvir edilebilir (Gitlin, 1980). Medya kadın sporcuları erkeklere kıyasla daha az kapsamına almaktadır ama içerik genelde olumsuz olma eğilimindedir. Spor ezici bir erkek izleyici kitlesine sahiptir ve cinsellik, erotizm ve çekici kadın sporcular oldukça ‘pazarlanabilir’ niteliktedir (Carty, 2005). “Kurumsal çıkarların belirli toplumsal cinsiyet temsillerini teşvik etmede payı vardır.” dolayısıyla kadın sporcular medyada şehvetli görüntüler sergilediklerinde maddi olarak ödüllendirilmektedir. Sponsorların dikkatini çekmek isteyen kadın sporculardan canlılık, fiziksel çekicilik, kadınsı güzellik yanında geleneksel kadınsı yaşam standartlarına bağlılık imajı da sunmaları beklenmektedir (Carty, 2005).

Spor medyasının cinsiyetçi içeriği, sporcu kadınları, spor medyasının haber kapsamına almayarak sporda kadın varlığından bihaber olunmasını sağlar yani kadın sporcu sembolik olarak yok edilmiş olur (Messner, 2002). Diğer taraftan kadın sporu ve sporcu kadın, medyanın kullandığı haber dili ve yapılan yorumlarla önemsizleştirilir. Dahası sporcu kadın, hemcinsleri olan çekici amigo kızlar veya mayolu modeller tarafından gölgede bırakılırlar (Messner, 2002).

Spor medyası kapsamındaki nicel ve nitel farklılıklar, klişeleşmiş cinsiyet rollerini ürettikleri, güçlendirdikleri ve kadın yeteneklerinin algılarını olumsuz etkiledikleri için oldukça zararlıdır. Çünkü bu kapsam, kadınları sporun ötesinde

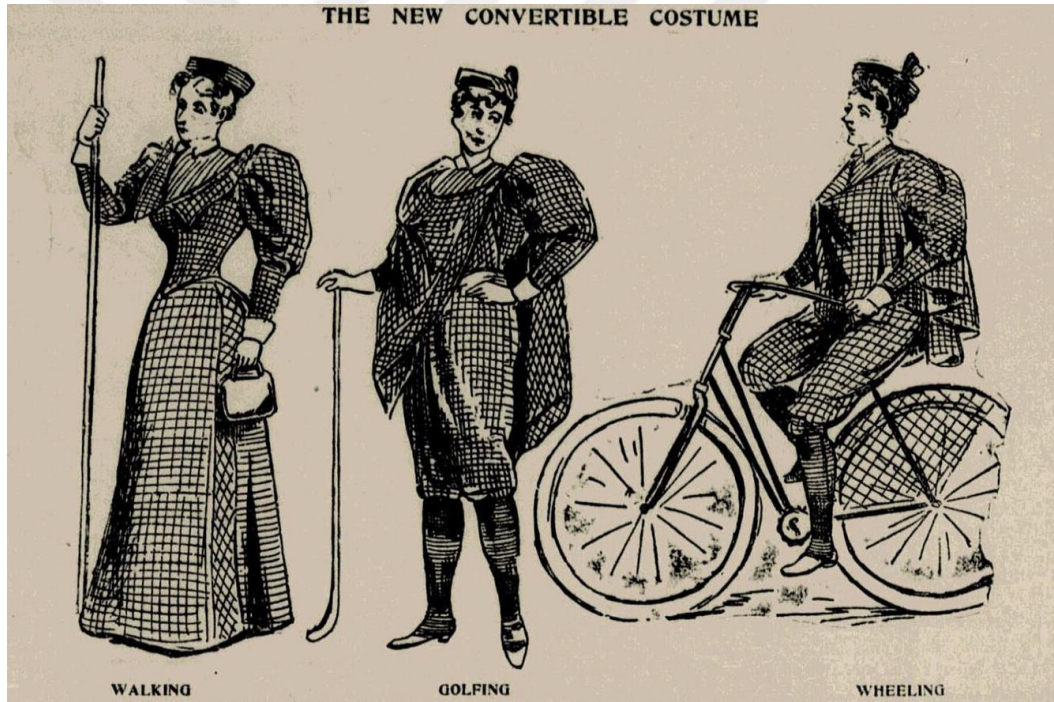
sınırlamaya hizmet eden güçlü ve gömülü kavramlar yaratır, ataerkil güç yapısını yoğunlaştıran çeşitli ekonomik, sosyal ve politik sınırlamalar üretir (McDonagh ve Pappano, 2008). Bu etkinin en önemli nedeni sporun artık izole olmaması ve çok çeşitli tüketici ürünlerinin reklamını yapmak için kullanılmasıyla daha büyük ve giderek daha küreselleşen bir ekonomik zincirin parçası haline gelmesidir (Messner, 2002). Medyanın kadın sporcuları tasvir etme biçimi uzun bir geçmişe sahiptir ve birçok kişi tarafından ilgiyle izlenmiştir. ESPNW'nun 'Dünya Şöhreti 100: En Ünlü 25 Kadın Sporcu' başlıklı makalesi (ESPN, 2018), kadın sporcuları küresel şöhretlerine ve sosyal medya takipçilerine göre derecelendirerek şu anda medyada kadın sporcu temsilinin durumuna ilişkin bir içgörü sunmuştur. Makaleye göre, artistik patenci Yuna Kim, tenisçi Serena Williams ve futbolcu Marta Vieira da Silva gibi en iyi kadın sporcular, olağanüstü başarıları ve beceriler göstermiş olsa da finansman ve tanınma sağlamada ve erkek meslektaşlarıyla aynı derecede tanınma arayışlarında halen çok büyük engellerle karşılaşmaktadır. Makalede ayrıca sosyal medyanın ikili rolü vurgulanmış; geleneksel medyanın ötesinde bağlantı ve tanınma sağlayan bir platformun kadın sporcuları artan çevrimiçi taciz ve ayrımcılığa maruz bıraktığı belirtilmiştir (ESPN, 2018). Ana akım medyada kadın sporcuların daha az yer alması, 100 en ünlü sporcu listesinde kadınların daha az yer bulmasıyla neticelenerek kalıcı cinsiyet eşitsizliklerinin varlığını belirginleştirmiştir (ESPN, 2018).

3.4.2.1. Kadın Sporunda Kıyafet Kontrolü

1890'larda İngiltere'de faaliyet gösteren ve dünya çapında tanınmış bir giyimci olan John Noble'a ait firmanın 1895'te kadınlar için tasarladığı yeni giysi İngiltere, Amerika ve Fransa'da büyük ilgi görmüş, gazetecilerin 'Üç Kıyafet Bir Arada' (Salt Lake Tribune, 1895) adını vermesiyle bu ülkelerdeki medyanın dikkatini çekmiştir. Penny Illustrated Paper (1895), bu kıyafeti 'rasyonel ilkeler üzerine bilimsel olarak inşa edilmiş ve tamamen özel yapım bir tarz' olarak tanımlamıştır. Pearson's Weekly (1895), bu kıyafetin haberini verirken aktif kadınlar için iyi bilinen bir sorunun nasıl çözüldüğünü belirtmiştir: *"Sıradan etek kullanışlı değildir ve bu nedenle birçok kadın binicilik için tam paça pantolonlar ve uzun etekli kabanlar benimsemiştir"* Gentlewoman Dergisi (1895), Noble'ın ürettiği kıyafetin 'çok amaçlı, sıradan gezintiden golf ve dağcılığa ve özellikle bisiklet sürmenin amaçlarına uygun olduğunu

haberleştirmiştir. Viktorya toplumunda kadınların aktif bir hayat yaşamaya çalışırken karşılaştıkları sosyal ve kıyafetle ilgili zorlukları ancak bir kadın anlayabilirdi.

Esasen bu kıyafet, giyen kişiyi kibar toplumda bir hanımefendi gibi görünmek ve aynı zamanda çok sporlu bir yaşam tarzı sürdürmek için donatıyordu. Sıradan olmayan bu yeni kıyafetin yaratıcısı şaşırtıcı bir şekilde bir erkek de değildi. Indianapolis Sunday (1895) bu durumu, kız kardeşlerinin saygısını hak eden, İngiltere'nin kadınsı dehası' olarak adlandırmıştır 'Utangaç' bir bisikletçi için ideal olduğu öne sürülen kıyafetin nasıl kullanılması gerektiği şöyle anlatılmıştır: *"Örneğin, bisiklete binmek istiyor ama iç çamaşırlarıyla binemeyecek kadar utangaç. Üstü açık kostümünün eteği aşağıdayken tekerleğine biner. Şehirden çıkıp sakın bir köy yoluna girdikten sonra, iner, giysilerine bir iki düzeltme yapar ve işte buyurun! Kısa süre içinde hemcinslerinin en erkeksi olanı kadar erkeksi olur."*



Görsel 1. John Noble'n 1895 tarihli 'Yeni Dönüştürülebilir Kostümü' yürüyüş, golf ve tekerlek (bisiklet) kullanımı için uygundur (Los Angeles Herald, 1895, s. 18).

Viktorya toplumunda utangaçlık, kadınların ilerici kıyafetlerini ve faaliyetlerini görmekten istemeyenlerin sosyal incelemesinden veya potansiyel sözlü veya fiziksel saldırısından kaçınmak istemek anlamına gelmiştir. Sporcu kadınlar bulabilecekleri tüm müttefiklere ihtiyaç duymuştur çünkü erkeksi kabul edilen fiziksel aktiviteleri yapmak kadınları kendi cinsiyetlerinden uzaklaştıran bir davranış olarak kabul görmüştür: *"Kadınların fiziksel aktivitelerinin toplumun dokusunu*

bozacağından korkan kadın sporu karşıtları, şiddetli egzersizin kadının ahlaki zekasını bozduğunu, fiziğini çirkinleştirdiğini ve belki de en iğrenç üreme kapasitesini aşındırdığını savunuyordu” (Constanzo, 2002).

O dönem toplumunda kadınlar için etek o kadar yerleşikti ki onu çıkarmak veya değiştirmek geleneksel kadınsı rolleri reddetmekle eşdeğer görülmüştür. Hargreaves (2000), saldırgan, kaslı ve geleneksel erkek sporlarına katılan az sayıda kadının cinselliğinin reddedildiğini ve bunların erkeksi veya ucube olarak etiketlendiğini belirtmiştir. Bunun bir nedeni de pantolonların toplumda erkeklerin sahip olduğu otoritenin bir sembolü görülmesi olmuştur (McCrone, 1991). Yine de erkek giyimi, spor aktivitelerinde işlevsellik sağladığı ve yaşam tarzında özgürlük ve ayrıcalıklar sunduğu için oldukça arzu edilmiştir. Ancak pantolon gibi ikiye ayrılmış rasyonel bir kıyafeti giymek, tacizi kışkırtabileceği için biraz cesaret gerektirmiştir.

Günümüzde kadın sporcu bedeninin teşhir edilmesine vurgu yapılırken 19. yüzyılda durum tam tersi olmuştur. Üst-orta sınıf kadınların çim tenisi gibi oyunlara katılmalarına izin verilmiş, kıyafetleri uygun bir şekilde “kadınsı”, mütevazı ve spor dallarındaki gelişimi desteklemekten ziyade potansiyel bir kocayı cezbetmek için tasarlanmıştır. Şüphesiz, korseleri ve uzun elbiseleri, günümüzün kadın sporcularına göre aktivite sırasında hamle yapma ve sıçrama kapasitelerini ciddi şekilde kısıtlamıştır (The Conversation, 2021). Yirminci yüzyılın başlarında beden eğitimindeki gelişim, kadın kıyafetlerinde reform yapılmasına katkıda bulunmaya başlamıştır. Kolsuz tunik, vücudu korse ve benzeri kısıtlayıcı giysilerden kurtarmıştır. Bu ilerici görünse de yeni üniformanın fıçı şekli genç kadınların bedenlerini dikkatle gizlemiştir. Cinselliğin herhangi bir işareti etkili bir şekilde kamufle edilmiş ve kadınların toplumda gelecekteki annelik rolleri için tevazu ve iffetleri korunmuştur (The Conversation, 2021).

Bu tür yenilikçi giyim tarzları, sınırlı kaynakları değerli bir şekilde kullanırken farklı bağlamlara ve koşullara uyum sağlamak için şık bir esneklik sundukları için aktif kadınlar arasında oldukça popülerleşmiştir (Jungnickel, 2018). Böylece kadınlar, yüzeyde ‘uygun kadınlığı’ sergilerken istedikleri yerde ve zamanda, daha radikal ve çok modlu kimliklerin tadını çıkarabilmiş, cinsiyetlerinden beklenenden veya teşvik edilenden daha fazlasını yapma yönündeki özgürleştirici arzularını yansıtabilmişlerdir.

Sporlar, kadınları ‘eve hapsolme rollerinden’ azat ederken kendileri hakkındaki düşünme biçimlerini değiştiren yeni aktiviteler için ‘dışarı’ çıkarmıştır (Campbell, 2006). Yeni sporların ve aktif giyim tarzlarının ‘sadece oyun amaçlı’ olarak kabul edilmesi, kadınları geleneksel kadın stillerine meydan okuyan bireyler olarak algılanmaktan kurtararak daha az tehdit haline getirmiştir (Gordon, 2001).



Görsel 2. 1908 yılında Danimarka cimnastik takımı ‘yeni mayolar’ giydi (The conversation, 2021).

Yeni sporları hevesle benimseyen ve statükoya meydan okuyacak kadar cesur olan kadınların, fiziksel şiddeti düşük ve zarif aktivitelere uygun geleneksel kıyafetler (uzun etekler ve kombinezonlar) dışında spora uygun kıyafetleri olmamıştır (Campbell, 2006). Sporcu olarak yetersiz kaynaklara sahip olan kadınlar diğer taraftan aşırı bir sosyal ilgiye ve izlenmeye maruz kalmıştır. Little (2014), çorap veya beyaz üniforma giymedikleri için kıyafet cezası alan ve eyalet müsabakalarından ihraç edilen bir Avustralya kriket takımı hakkında şunları yazmıştır: “O sezon şampiyon olan bu takımın basında yer aldığı tek anın, bu ihraç olayı olması anlamlıdır.” Bazı ilerici İngiliz sporcuları ‘yavaş git’ stratejisi uygulamış, sosyal eleştirileri en aza indirmek için spor yaparken rahat ve uygun spor kıyafetleri yerine taktiksel olarak geleneksel, hantal kıyafetler giymişlerdir. Lee (2007) şöyle aktarmıştır: “Açıkçası, etekli oyuncuların spor yapma yetenekleri engelleniyor ancak kadınlar için görünüm performanstan daha önemli görülüyordu.”

20. yüzyılda modern olimpiyatların başlangıcında halen kısıtlayıcı olan kadın kıyafetlerine ilk başkaldırı Suzanne Lenglen tarafından gerçekleştirilmiştir. ‘La Divine (tanrısal)’ olarak nitelendirilen Lenglen’in şöhreti, beyzbolun Babe Ruth’unu hatta boksun Jack Dempsey’sini bile gölgede bırakmıştır. Dünya bir numarası olarak geçirdiği yedi yıl boyunca Wimbledon’da altı kez tekler şampiyonluğunu kazanmış,

Fransa Şampiyonasında iki kez tekler, çiftler ve karışık çiftleri kazanmıştır. 1920 Olimpiyatları'nda altın madalya almış ve I. Dünya Savaşı sonrasındaki kısa kariyeri boyunca sadece bir maçta mağlubiyet yaşamıştır.

Kadınların spor kıyafetlerinin mütevazilik adına hantal ve kısıtlayıcı olduğu bir dönemde Lenglen, tenisin standart kıyafeti olan şapka, korse ve uzun kombinezonu üzerinden atmış, Wimbledon'da (1919) ilk müsabakasına o zaman için dekolte kabul edilen kısa kollu bir elbise ve beyaz çoraplarını ortaya çıkaran, baldırlara kadar uzanan bir etekle çıkmıştır. Bu kıyafet Londra basını tarafından 'uygunsuz' olarak nitelendirilmiştir (The Guardian, 2023).

Daha sonraki yarışmalarında (1925 Wimbledon) şapkayı da çıkaran Lenglen, farklı renklerde bazen puantiyeli bazen elmaslarla süslü bir bandaj takmıştır. Zamanla uzun kollu elbiseler yerine kolsuz elbiseler giymeye başlamış (Görsel 3) hatta molalarda kırmızı boyalı dudaklarıyla konyak yudumlamıştır. Kıyafet kısıtlamasına karşı öncülük yapan Lenglen, avangart gündelik spor tarzın poster kızı olarak kabul edilmiştir.



Görsel 3. Suzanne Lenglen (1925 Wimbledon Tenis Turnuvası), zamanına göre müstehcen ve uygunsuz kabul edilen kıyafetiyle müsabaka esnasında (The Guardian, 2023).

Bu tarz, demokratikleşmeden önce 20. yüzyılda üst sınıflar için de görgü kuralı haline gelmiş ve yaygın olarak kullanılmıştır. Kadınlar için tenis kıyafetinde devrim

niteliğinde bir değişim olarak karşılanan bu kıyafet tarzı, uzun ve çok yavaş bir değişimin sonucudur ve devrimsel olmaktan ziyade evrimsel bir süreçte oluşmuştur (The New Republic, 2016).

Osborne ve Skillen'e (2020) göre, tarih boyunca kadınlar fiziksel egzersiz ve spora hevesle katılmış ve hareket özgürlüklerindeki kısıtlamalara yanıt vermek, kendilerini ifade etmek ve statükoya meydan okumak için sahip oldukları tüm araç, beceri ve malzemeleri kullanmışlardır. *"Nakış sanatı, kadınları kadınsı ideal konusunda eğitmenin ve buna ulaştıklarını kanıtlamanın bir yolu ve aynı zamanda kadınlığın kısıtlamalarına karşı bir direniş aracı olmuştur."* (Parker 2012). Hareket eden bedenler için üretilen yeni kıyafetler özellikle kamusal alanda, şiddetli sosyo-politik müzakerelerin alanını oluşturmuş ve kamusal alanda yaygın olarak kabul gören cinsiyet normlarını değiştirme girişimleri birçok kişiyi rahatsız etmiştir (McCrone 1991). 19. yüzyılda sporcu kadınlar binicilik, avcılık ve tenis gibi çeşitli aktiviteler için uzun, korseli elbiseler, botlar ve şapkalar giymiştir. Kadınlar müstehcen olmamak amacıyla "o günün edep kurallarına" uydukları için erkekler gibi kıyafet özgürlüğüne sahip olamamışlardır. Diğer taraftan sporcu kadın kıyafetlerinde önemli değişimler de 19. Yüzyılda başlamış ve günümüze kadar süreklilik göstermiştir. Ancak kıyafetlerdeki bu değişim, performansa ve kadın fizyolojisine daha uygun hale gelmekten ziyade kadınların cinselleştirilmesi yönünde gerçekleşmiştir. 20. yüzyılın başında dahi başta Olimpiyat Oyunları Komitesi olmak üzere toplumsal normlar, toplumsal kurumlar ve kuruluşlar aracılığıyla 'erkek sporcuların dikkatinin dağılması' için kadınların kıyafetleri üzerindeki kontrol devam ettirilmiştir (DLA Piper, 2024).

Bu baskın görüşlere rağmen ABD kadın futbol takımı kalecisi olarak 1995 Dünya Kupası'nda bronz, 1996 Olimpiyatları'nda altın, 1999 Dünya Kupası'nda altın ve 2004 Olimpiyatları'nda altın madalya kazanan Briana Scurry, kadınların spora uygun kıyafetler giymesinin normal ve gerekli olduğunu belirtmiştir: *"Sporcu kıyafetleri içinde rahatım, kadın sporcular bu kıyafetler içinde 'bir süper kahraman' gibi hissetmeli ve nasıl göründükleri konusunda endişelenmemelidirler.* Scurry, spor yapan kadınlar ve erkekler arasında cinsiyete dayalı ayrımcılığın devam ettiğini bizzat kendi yaşadığı bir olaya atıfta bulunarak anlatmıştır: *1996'da ABD'yi Olimpiyatlarda temsil ettiğimizde, sponsorların sadece erkek takımını düşünerek forma yapması*

nedeniyle ‘erkek takımından kalan formaları ve şortları’ giymek zorunda kaldık (Görsel 4). Bu, tohumla başlar-meyveyle değil, bir tarlanın iki tarafını ekerken bir tarafa 98, diğer tarafa iki tohum koyuyorsanız iki tohumun olduğu tarafa, hasat zamanı iyi şanslar. Başlangıçta çok daha adil olmalısınız, sonunda değil.” (NPR, July-2021).



Görsel 4. ABD ulusal futbol takımı kalecisi Briana Scurry (erkek takımı formalarıyla), 1996 Olimpiyatları’nda kalesini koruyor (NPR, 21 July-2021).

Sporda kadınların kıyafetlerine karışılmasına en iyi örneklerden biri, Paralimpik Dünya Şampiyonu Olivia Breen’e İngiltere şampiyonası esnasında bir kadın görevlinin, sporcunun giymiş olduğu şorttan dolayı getirdiği eleştiridir. Breen, bu görevlinin kendisine koşu şortunun çok kısa ve uygunsuz olduğunu söyleyerek haddini fazlasıyla aşmasının ardından CNN ve ESPN’ye verdiği röportajlarda şaşkınlığını ve duygularını şu şekilde aktarmıştır: “Ne diyeceğimi bilemedim, bu sözün başka bir kadından gelmesi çok daha üzücü, neyi giyip neyi giyemeyeceğimi söyleme hakkınız yok. Bu şortlar yarışmalara özel olarak tasarlanır, yıllardan beri giyilmektedir ve Tokyo Paralimpik Oyunları’nda da aynı şortları giyeceğim. Yarışırken daha iyi performans göstermek için mümkün olduğunca hafif olmalısınız, bu nedenle kısa şortları tercih ediyorum çünkü ‘daha rahat ve özgür’ hissediyorum. Kadın görevlinin yaptığı gibi açıklamalar, genç kadın sporcuların ‘özgüvenini ve özsaygısını mahvedebilir’. Beni, sadece kızdırdı. 16 yaşında olsaydım gözyaşlarına boğulurdum.” (CNN, 19 July-2021; ESPN, 20 July-2021).



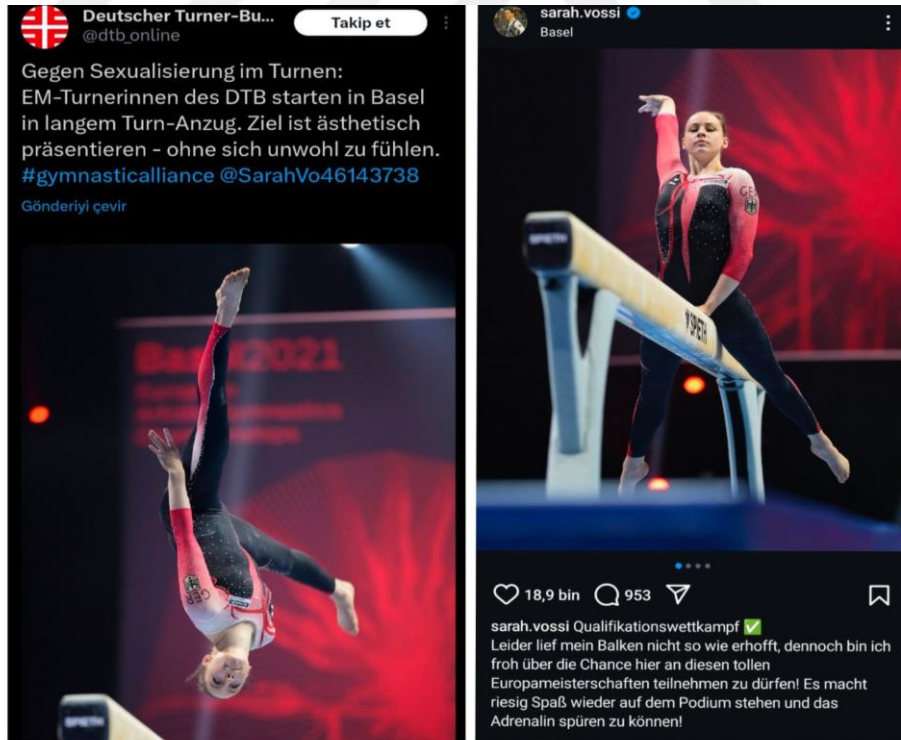
Görsel 5. Olivia Breen, eleştirilen şortuyla Britanya Atletizm Şampiyonası'nda uzun atlama finalinde (The Guardian, 2021).

Gerek Olivia Breen gerekse Briana Scurry örnekleri, toplum tarafından kadın sporcuların erkek meslektaşlarıyla ilişkili ya da karşılaştırılmalı şekilde değerlendirilmeye tabi tutulduklarının, toplumun kadını ve kadın sporcuyla kıyafetle bile görmek istediği kalıba sokmaya çalıştığının açık göstergeleridir. Eski bir sporcu olan ve Kuzey Amerika Spor Sosyolojisi Derneği'nin Başkanlığını (2018-2019) yapan Akilah R. Carter-Francis bu durumu şöyle açıklamıştır: *“Kadınların kendilerini nasıl sunmaları gerektiği konusunda ataerkilliğe dayalı toplumsal normlarla uyumlu toplumsal beklentiler var. ... Saçtan makyaja, giyimden, giysilerin ne kadar dar veya bol olduğuna, renklere kadar. Hepsi kadınlık ve kadınlık olarak kabul edilen özelliklerle daha uyumlu olabilmelerini sağlamak için.”* (NPR, 2021).

20. yüzyılın sonunda kadın kıyafetlerinin spor performansını artırmak için daha kullanışlı olması yönündeki eğilim iyice güçlenmiştir. Ancak yeni malzemelerin bulunmasıyla kıyafetler, vücudu daha çok sarmış ve uzuvları daha belirgin hale getirmiştir. Kıyafetler bir taraftan daha kullanışlı hale gelirken diğer taraftan kadın vücudunun cinsel çağrışıma oldukça müsait kıvrımlarını ve vücut hatlarını özellikle sergileyen bir şekle bürünmüştür. Bu eğilim ve değişim, 21. yüzyılın başında da devam etmiştir. Hatta bazı yöneticiler, cinsiyetçi amaçlarını ve düşüncelerini alenen açıklamaktan çekinmemiştir. 2004 yılında FIFA Başkanı Sepp Blatter'in kadın futbolcuların sponsorların ilgisini çekmek için daha dar şortlar giymesi gerektiğini

söylemesi kadın sporcular tarafından tepkiyle karşılanmıştır. “Kadın futbolcular Blatter’e ateş püskürtüyor.” BBC (2004).

Alman cimnastikçi Sarah Voss, 2021 Avrupa Artistik Cimnastik Şampiyonası’nda giydiği vücudu tamamen kapatan tek parça mayo ile cimnastiğin kıyafet geleneklerine meydan okumuştur. İki takım arkadaşı da sonraki gün yarışmalarında tek parça mayo giyerek Voss’a destek vermiştir. Voss, “Kararımla gurur duyuyorum ve ülkemin federasyonu kararımı destekliyor. Alışlagelmiş kıyafetlerden rahatsız olan cimnastikçilerin bizim örneğimizi takip etme cesareti bulacaklarını umuyoruz.” demiştir. Almanya Federasyonu, cimnastikçilerinin ‘cinselleştirmeye’ karşı bir duruş sergilediklerini, konunun cinsel istismarı önlemek için daha da önemli hale geldiğini beyan ederek sporcularına destek vermiştir (The Conversation, 2021). Ayrıca Federasyon, Twitter’da Voss’un bir görselini paylaşarak (Görsel 6) kıyafet tercihinin kadın sporcuların cinselleştirilmesine karşı bir protesto olduğunu doğrulamıştır. Voss ise kendi Instagram sayfasında bu kıyafetle yarıştığı bir dizi görseli paylaşarak (Görsel 7) kararı hakkında yorum yapmıştır.



Görsel 6-7. Sarah Voss ve Almanya Federasyonu’nun sosyal medya paylaşımları (Independent, 2021).

Bu olaya ilişkin olarak üzerinde durulması gereken asıl husus, tek parça mayonun Uluslararası Cimnastik Federasyonu kurallarına aykırı olmamasına rağmen

medyanın bu derece ilgisini çekmesi ve farklı medya kapsamlarında haberleştirilmesidir. Bu ilginin muhtemel nedeni, kurala uygun bu kıyafetin (dini gerekçeler nedeniyle sporculardan bir talep olması dışında) kadın yarışma cimnastiğinde nadiren görülmüş olmasıdır. Elit sporcular olarak Voss ve takım arkadaşları, kurallara ters düşmeden, fiziksel becerilerini en iyi şekilde göstermeye en uygun gördükleri bir kıyafetle yarışmak istemişlerdir. Ne giyeceklerini seçme hakları hiç şüphesiz performanslarını sergilerken kendilerini daha rahat hissetmelerine yardımcı olmuştur.

Spor, kurallıdır ve sporcular bu kurallara uymak zorundadır. Ancak günümüzün sporcu kadınları özellikle spora özgü bazı kıyafet kurallarını gereksiz birer dayatma olarak görmüş, esnetilmesinde hiçbir sakınca olmamasına rağmen sporcular inatla bu kurallara uymaya zorlanmıştır. Bazı sporcular, genel kuralların sadece kıyafetle ilgili önemsiz ayrıntılarına yeri geldiğinde açıkça karşı çıkmıştır. Örnek tepkilerden biri, Bulgaristan’da yapılan 2021 Avrupa Şampiyonası sırasında Norveç kadın plaj hentbolu takımından gelmiştir.



Görsel 8. Norveç kadın plaj hentbol takımı, pazar günü oynanan bir maç sırasında bikini altı yerine şort giydiği için para cezasına çarptırıldı (The New York Times, 2021).

Norveçli kadın sporcular Uluslararası Hentbol Federasyonu 2014 yönetmeliğinde belirtilen ‘vücuda tam oturan ve bacağın üst kısmına doğru açıyla kesilmiş (yani slip tarzında) ve maksimum 10cm yan genişliğe’ sahip olması gereken

bikini altını giymek istememişler, maçlara tayt şortlarla çıkma başvuruları kabul edilmemesine rağmen karara direnerek Görsel 8’de görüldüğü gibi müsabakalarda tayt şort giymişlerdir. Üstelik bu dirençlerini İspanya’ya karşı bronz madalya maçına çıkacakları esnada, Avrupa Hentbol Federasyonu tarafından para cezası veya diskalifiye ile tehdit edilmelerine rağmen göstermişlerdir. Bunun üzerine takım, ‘uygunsuz kıyafet’ nedeniyle 1500 avro para cezasına çarptırılmış, Norveç Federasyonu oyuncular adına bu cezayı ödemiştir. Danimarka Parlamento üyesi Lene Westgaard-Halle yaptığı paylaşım ile Avrupa Hentbol Federasyonu’nu eleştirmiş ve uyarmıştır: *“Lütfen plaj hentbol oyunlarınızda uyguladığınız zorla bikini saçmalığını durdurabilir misiniz? Bu utanç verici, onur kırıcı ve cinsiyetçi. Hem sporu hem de kendi itibarınızı mahvediyorsunuz. Saygılarımla.”* (NBC News, 2021).

Tarihte hiçbir zaman, erkek plaj hentbolu takımı oyuncularına böyle bir kısıtlama getirilmemiş ve istedikleri şekilde şort giymelerine izin verilmiş olması açık bir çelişki oluşturmuştur. Avrupa Hentbol Federasyonu, gösterilen tepkinin ‘prosedürle ilgili yanlış bilgilendirmeye dayandığını’ belirten kaçamak bir açıklama yapsa da Görsel 9 (NBC News, 2021), sporda ‘prosedürden’ daha çok yanlışın varlığını, kadın sporcuların cinsel nesneleştirilmesinin ana amaç olduğunu açıkça yansıtmıştır. İşte Norveçli kadın hentbolcuların statükoya meydan okudukları bu eylem, kendilerine dayatılan normlara karşı koyarak daha kapsayıcı ve olumlu bir beden-spor kültürünü savunmak için gösterdikleri değişiklik başlatma ve kendi geleceklerini kontrol etme çabalarının bir göstergesi olmuştur (Woodyatt, 2021).



Görsel 9. Protesto öncesi Danimarka erkek ve kadın plaj voleybolu takımlarının müsabaka kıyafetleri (NBC News, 2021).

Oyuncuların protestoları ve Avrupa milletvekillerinin girişimleri sonucunda bikini tarzı giyim, kadın plaj hentbolu oyuncuları için zorunlu olmaktan çıkarılmıştır. Uluslararası Hentbol Federasyonu'nun bu kararı, Norveç milli takımı tarafından henüz temmuz ayında başlatılan bir kampanyanın ardından kısa süre içinde alınmış ve artık kadınların bikini yerine 'kısa ve dar tayt' giymelerine izin verilmiştir. İlk anda kadın sporcular amaçlarına ulaşmış gibi gözüксе de Federasyonca güncellenen kıyafet kurallarında cinsiyet ayrımı devam ettirilmiştir. Kadın oyunculara 'dar kesimli' alt kuralı getirilirken erkeklerin şortlarının 'çok bol olmaması' kurala bağlanmıştır (The Associated Press, 2021).

Osborne ve Skillen'in (2020) belirttiği gibi 'bazı şeyler ne kadar değişirse değişsin, aynı kalmıştır'. Farklı kuruluşlar tarafından yapılan çalışmaların raporlarında; kadınların kamusal alanda sadece davranışlarının değil aynı zamanda kıyafetlerinin de kısıtlandığı, 'geleneksel ve muhafazakâr tutuma' tezat bir şekilde kadınların şimdilerde kıyafetleriyle cinselleştirildiği, istismara uğradığı ve taciz edilmeye başlandığı raporlanmıştır. Elbette bu tutumlar, kadınların spora katılımlarına sürekliliği olan olumsuz etkiler yaratmıştır. Sport England'ın (2022) tarafından yapılan 'Genç Kızlar İçin Sporu Yeniden Çerçeveleme' adlı çalışmada, İngiltere'de kadınların erkeklerden çok daha fazlasının yetişkinliğe adım attıklarında ait olmama, başkalarının izlemesinden hoşlanmama ve yargılanma hissi gibi nedenlerle tarihsel erkeksiliği sürekli vurgulanan resmi, organize, kurallı spordan uzaklaşıp günlük fiziksel egzersize yaklaştığı belirlenmiştir.

Kadınların spor kıyafetleri, medyanın ve son yıllarda milyarlara ulaşan takipçi sayısıyla özellikle sosyal medya platformlarında ön plan acıkan konular arasında yerini almıştır. Sporcu kadınlar, cinsiyeti ve kıyafetleri bahane edilerek farklı şekillerde istismar edilmeye devam edilmiş, bu istismarlar artan medya görselleriyle güçlü bir biçimde desteklenmiştir. Kadın sporcuları, sporla ilişkili olmayan şekillerde betimleyen bu temsillerle; kadın sporcuların medyada kapsam yetersizliği sorununu daha da karmaşık hale getirmiş, dikkatleri sporcuların sporcu özelliklerinden başka yönlerle çekmiş (Rayburn vd., 2015), kadın sporcular performanslarından ziyade dış görünüşleri, kıyafetleri, ailevi ve kişisel ilişkileri ile öne çıkarılmıştır (Yip, 2016).

Örneğin döneminde medyanın en çok ilgi gösterdiği sporculardan biri olan Florence Griffith-Joyner için kullanılan ‘Joyner’ın kılıç benzeri, karmaşık bir şekilde boyanmış tırnakları, cinselliği vurgulayan gösterişli makyaj ve tek bacaklı koşu kıyafetleri (Görsel 10), ‘Griffith-Joyner hem pistte hem de pist dışında görülmeye değer bir şey’ gibi başlıklar çoğunlukla fiziksel/cinsel çekiciliğe atıfta bulunarak onun spor başarılarını önemsizleştirme işlevi görmüştür (Duncan, 1990).



Görsel 10. Farklı yarışma kıyafetleri ve uzun renki tırnaklarıyla özdeşleşen Ünlü kısa mesafe koşucusu Florence Griffith Joyner (People, 2021).

Florence Griffith-Joyner gibi spor esnasında ve dışında cinselleştirilerek temsil edilenler dışında Fink ve Kensicki (2002), kadın sporcuların sivil kıyafetler içinde, spor aktivitesinde bulunmadıkları anlarda alınan pozlarının ve yayınlanan görsellerinin, yanlı/yanlış temsillerin en sık görülen türü olduğunu işaret etmiştir. Böylece spor aktivitesini geri plana iten ama ‘kadınsı dengeyi’ ve ‘güzel kadını’ öne çıkaran görseller oluşturulmuştur. Bu tip görseller sporcu kadını bir taraftan spor dışı ortama atarken diğer taraftan kadın sporcunun ‘kışkırtıcı şekilde giyindiği veya yalnızca vücudunun cinsel bölgelerine odaklanılarak fotoğraflandığı (ör. göğüs veya kalça bölgesine), erotik veya pornografik bir açı yaratılmıştır. Örneğin Sports Illustrated’da fotoğrafları yer alan kadınların yalnızca %34’ü spor olayları esnasında görüntülenmiş ve %5’i ise cinselleştirilmiş (erotik/pornografik) pozlarla sunulmuştur (Fink ve Kensicki, 2002).

Sports Illustrated dergisinin iki sayısının kapaklarını karşılaştıran Wade (2011), erkek tenisçi Roger Federer'in, ünlü olduğu sporu yaparken yani tenis oynarken beklenildiği şekilde, Kournikova'nın ise pembe, tenise ait olmayan bir kıyafetle uzanmış, elinde bir yastık tutarken fotoğraflandığını belirtmiş ve ilave etmiştir: *"Sports Illustrated onu harika bir sporcu olarak değil, yumuşak bir şekilde resmetmeye karar verdi: güzel, belki de anlayışlı bir kadın olarak."* (Wade, 2011). Görsel 11-12'de görüldüğü gibi günlük kıyafetleriyle Kournikova'nın spordan uzak kadınsı, spor kıyafetleriyle kortta aksiyon halinde olan Federer'in ise atletik erkeksi yönü vurgulanarak 'sporcu Kournikova' önemsizleştirilmiştir



Görsel 11-12. Farklı cinsiyetten iki ünlü sporcunun temsilleri arasındaki fark (Sports Illustrated, 2000 ve 2009).

Kapak görsellerinde yer alan erkek ve kadın sporcuların giydikleri kıyafet türlerini inceleyen Frisby (2017), kadın sporcuların cinsel olarak nesneleştirici görsellerde, baştan çıkarıcı bakışlarla, yarı çıplak giysilerle ve seksi/davetkar vücut pozlarıyla temsil edilirken erkek sporcuların genellikle takım eşofmanlarıyla, kendi sporuyla ilişkili, aktif, oyun esnasında sportif hareketlerle tasvir edildiğini kaydetmiştir. Böylece kadın ve erkek sporcu arasında kıyafetleriyle bile bir fark yaratılmış, sporda erkek hegemonyasını destekleyen temsiliyetler devam ettirilmiştir.

Pruitt-Young (2021), 'Sporda Kadınların Cinselleştirilmesi Giysilerine Bile Uzanıyor' adlı makalesinde, kadın sporcuların giyim tercihleri aracılığıyla nasıl

cinselleştirildiğine dair kapsamlı bir analiz yürütmüştür. Çalışmada, cinsiyete dayalı giyim beklentilerinin etkisi vurgulanarak kadınların spor kıyafetlerinde genellikle spor becerisinden çok görünüme öncelik verildiği, bunun cinsiyet klişelerini güçlendirdiği ve sporda cinsiyet eşitliğini engellediği belirtilmiştir. Aynı zamanda cinsiyet normlarından sapan kıyafetler nedeniyle eleştirilen kadın sporculardan örnekler verilmiş, kadın sporcuların belirli davranış ve görünüm standartlarına uyma baskısına maruz kaldıkları ifade edilmiştir (Pruitt-Young, 2021).

Birçok sporcu kadın, kadın sporcuların kıyafetlerinin kontrol altında tutulmasına ve sporda kadın olmanın getirdiği çifte standartlara ve nesneleştirmeye karşı çıkmıştır. Woodyatt (2021), bu sorunu ‘Yıllarca Kadın Sporcuların Kıyafetleri Denetlendi. Şimdi, Mücadele Ediyorlar’ başlıklı makalesinde ele almış, sorunun geçmişi ve mevcut durumu hakkında kapsamlı bir bakış sunmuştur. Daha önceleri bikini tarzını tercih eden ve ilk olarak 2021 Avrupa Artistik Jimnastik Şampiyonası’nda tek parça mayo giyen Alman kadın cimnastikçiler (Independent, 2021), aynı yıl yapılan Tokyo Olimpiyatları sırasında yine tek parça mayo giyerek kadın sporcuların cinselleştirilmesi ve nesneleştirilmesine karşı sergiledikleri karşı duruşu devam ettirmişlerdir (Görsel 13).



Görsel 13. Alman kadın cimnastikçilerin kıyafet tercihlerindeki değişim (Mail Online, 2021).

Sporda kıyafet düzenlemesi sorunu yalnızca Olimpiyat Oyunları ile sınırlı kalmamıştır. 2018 yılında liseli bir erkek güreşçi olan Andrew Johnson, New Jersey’de müsabakalara çıkabilmek için hakem tarafından çok uzun bulunan saçlarını kestirmek zorunda kalmıştır (Görsel 14). Bir muhabirin video kaydından alınan görüntülerle yayılan olay hakkında New Jersey Valisi Philip D. Murphy yaptığı açıklamada şunları söylemiştir: *“Bay Johnson’ın bir yetkili tarafından kim olduğundan veya rekabet etme yeteneğinden vazgeçmek arasında bir seçim yapmaya zorlandığını görmek rahatsız ediciydi. Bu deneyimden sonra maçını kazanması inanılmaz derecede derin bir karaktere işaret ediyor ve gelecekteki hiçbir öğrenci sporunun benzer bir duruma katlanmak zorunda kalmaması ihtiyacımızı dile getiriyor. Bir Afrikalı-Amerikalı ve ebeveyn, eski bir eğitimci, antrenör ve sporcu olarak oyundaki sorunları açıkça anlıyorum ve muhtemelen çoğundan daha iyi anlıyorum.”* (The New York Times, 2018).



Görsel 14. Müsabakaya çıkmak için saçlarını kestirmek zorunda bırakılan lise öğrencisi. Eyalet Lise Sporları Derneği’nden yapılan açıklamaya göre müsabakanın hakemi ‘bu konu iyice incelenene kadar’ başka maçlara atanmayacak (The New York Times, 2018).

Ünlü kadın tenis oyuncusu Serena Williams 2018 yılında orijinal adı Roland-Garros olan ‘Fransa Açık’ Turnuvasında Kristyna Pliskova’yı yendiği açılış müsabakasında giydiği, siyah dar tek parça bir mayo nedeniyle (Görsel 15) para cezasına çarptırılmıştır. İlk çocuğunun doğumundan uzun bir aradan sonra kortlara dönen Williams, maçtan sonra verdiği röportajda şunları söylemiştir: *“Kıyafet beni süper bir kahraman gibi hissettirdi; zihinsel, fiziksel ve bedensel olarak çok şey yaşamış tüm kadınların geri dönüp kendilerine güvenmelerini ve inanmalarını temsil*

ediyor gibi geliyor. Bunun benim için farklı bir grup harika kadına ve çocuğa ilham vermek için bir fırsat olduğunu hissediyorum.” (The Guardian, 2018). Fransa Tenis Federasyonu Başkanı Bernard Giudicelli bu olayla ilgili bir açıklama yapmıştır: “Williams’ın üç kez kazandığı turnuvada oyuncuların kıyafetlerini düzenlemek için bir kıyafet yönetmeliği getirdik, bazen çok ileri gittiğimizi düşünüyorum. Bu artık kabul edilemez. Oyuna ve mekâna saygı gösterilmeli. Roland Garros’un yeni kuralları, oyuncuların beyaz giymesini gerektiren Wimbledon kadar katı olmayacak ancak belirli sınırlar getireceğiz.” (The Guardian, 2018).



Görsel 15. Serena Williams’ın bu yılki Fransa Açık’ta giydiği kıyafete, turnuvanın yeni kıyafet yönetmeliği kapsamında izin verilmeyecek (The Guardian, 2018).

Erkek güreşçi Andrew Johnson ve kadın tenisçi Serena Williams başından geçen olaylar, kıyafet veya görünüm tercihleri nedeniyle eleştiri ve ceza ile karşı karşıya kalan farklı cinsiyetlerden sporculara dair tarihsel örneklerdir (Woodyatt, 2021). Bu iki örnekte de kadın ve erkeğe yönelik geleneksel bakış açısını yansıtan tutumlar sergilenmiştir. Öncelikle uzun saçları nedeniyle diskalifiye uyarısı yapılan ve saçları kesilen Andrew Johnson, “doğal erkeksi” görünümüne kavuşturulmaya çalışılmıştır. Johnson’un tam tersine, siyah tek parça kıyafetle erkeksileşen Serena Williams ise eleştiri, cezalandırılma ve beyaz etek ve tişörtten oluşan geleneksel tenis kıyafet kuralı ile kadınsı olmaya zorlanmıştır.

3.5. Cinsel Nesneleştirmeye Uğrayan Kadın Sporcular

Medya çerçevelemesi açısından görseller, özellikle spor raporlaması bağlamında önemli bir unsurdur (Duncan 1990). Görselle desteklenen temsilin görünürdeki gerçekliği, çok fazla kültürel anlam taşır ve gerçeği temsil ettiği daha kolay kabul edilir (Barthes, 1977). Sosyalleşme aracı olarak medyanın sağladığı görsellerin tutumlarımız, inançlarımız ve davranışlarımız üzerinde güçlü bir etkiye sahip olabileceği, tamamen ayrı ve çok daha büyük öneme sahip anlamlar ve çağrışımlar sağlayabileceği ifade edilmiştir. Çünkü, fotoğraf gibi görseller, anlık görüntülenen nesne, olay veya bireye ek anlam yükleyen güçlü kültürel sembollerdir (Kang, 1997).

Görsel temsiller aracılığıyla cinsiyet ilişkilerinin gerçekliği yansıtmayan bir şekilde sunulduğu, bunun yerine imgelerin toplumsal bir işlevi yerine getirdiği ve toplumu, iki cinsiyeti de nasıl olduğu, nasıl olmak istedikleri ve nasıl olmaları gerektiğine ikna ettiği ileri sürülmüştür (Goffman, 1979). Bunu yaparken düzenin, cinsiyet ilişkilerinin hegemonik kavramlarının sunumu ve temsili yoluyla korunduğu düşünülmektedir (Goffman, 1979). Kadın sporunun görsel temsiline ilişkin araştırmalara görseller, spor alanında erkek egemenliğinin sürdürülmesine katkıda bulunmuş (ör. Bishop 2003; Jones, 2010; Lumpkin, 2007) ve kadın sporcuların performansı ve statüsüne ilişkin yanlış algıları sürdürmüş (Kane, 2011; Kane vd. 2013), sporcu kadınlara ilişkin algıları (Daniels, 2012; Kim ve Sagas 2014) ve ayrıca kadın sporunun değerini (Godoy-Pressland ve Griggs 2014; Kane, 2011) olumsuz etkilemiştir.

Televizyon medyası kendi namına kadınların spora katılımının inşasına açıkça katkıda bulunmuştur ancak kadın sporu televizyondan nispeten dışlanırken (Cooky vd., 2013) basılı medyada spor kapsamı artmış ve genişlemiştir (Carvalho vd., 2012). ABD’de (ör. Bishop, 2003) ve Büyük Britanya’da (ör. Godoy-Pressland ve Griggs, 2014) yapılan çeşitli çalışmalarda, spor yapan kadınların görüntülerinin kapsamının genellikle sporcu erkeklerle eşit olmadığı söylene de diğer bazı çalışmalarda, görsel kapsam açısından erkekler ve kadınlar arasında fazlaca fark olmadığı sonucuna varılmıştır (ör. Hardin vd., 2002). Görünüşe göre, kadınların Olimpiyat Oyunları gibi elit mega etkinlikler esnasında, yıl boyunca olduğundan daha iyi fotografik kapsama alınma olasılıkları daha yüksektir (Kinnick, 1998).

Vincent vd. (2002), Centennial (Yüzüncü Yıl) Olimpiyat Oyunları'nda tenisle ilgili İngiliz ve Kanada basınında yer alan haberleri inceleyen çalışmalarında, kadın sporcuların fotografik kapsamının büyük ölçüde erkeklerinkiyle eşdeğer olduğunu bulmuşlardır. 2000 Olimpiyat Oyunları'nın Avrupa basınında yer almasını nicel teknikler kullanarak ölçmeyi amaçlayan araştırmada benzer şekilde, makalelerin yalnızca %29,3'ü ve fotoğrafların %38'i kadın sporları hakkında olmasına rağmen gazetelerin kapsamında katılımcı sporcuların ve etkinliklerin dağılımının benzer olduğu belirlenmiştir (Capranica vd., 2005). Önceki araştırmalarla karşılaştırıldığında, İngiliz basılı medyasında bir Olimpiyat etkinliği için yapılan sayfa yerleşimi, kamera açısı, konum ve cinsiyeti inceleyen nitel içerik analizinde, kadın spor görüntülerinin basılı sayfada giderek daha üst konumlarda yer aldığı ancak erkeklerin ve kadınların fotoğraf kapsamı arasında eşitsizliğin devam ettiğine dikkat çekilmiştir (Godoy-Pressland ve Griggs, 2014).

Kadın sporcuların cinsiyete uygun veya uygun olmayan sporlarla uğraşma değişkenine göre medya kapsamına alınmalarını karşılaştıran araştırmalara da rastlanmıştır. Görsel analizlerinde cinsiyete uygun sporlarla uğraşan kadınların daha fazla temsil edildiği görülmüştür (Lumpkin 2007; Pedersen 2003; Vincent, 2003). On yıllık bir süre boyunca ABD Sports Illustrated dergisinin kapak sayfalarında inceleyen Lumpkin (2007), kadın tenisçilerin diğer sporlarla uğraşan kadınlara göre kapsamda daha fazla yer bulduğunu tespit etmiştir. Vincent (2003); Kanada, ABD ve İngiltere'deki Yüzüncü Yıl Olimpiyat Oyunları'nın gazete haberlerinin içerik analizinde, cinsiyete uygun sporlarda yarışan kadınların, cinsiyete uygun olmayan sporlardaki kadınlara göre çok daha fazla fotoğraf kapsamı aldığı sonucuna varmıştır.

Pedersen (2003), ABD'deki okul sporları medya analizinde, erkek ve kadın sporlarının metinsel kapsamı arasında belirgin bir farkın olmadığını, cinsiyete uygun sporlara ait fotoğrafların daha çok tercih edildiğini kaydetmiştir. Jones ve Greer (2011), ABD'li lisans öğrencilerinden oluşan geniş bir örnekleme, sporun cinsiyete göre tipleştirilmesinin, o spor için toplumsal cinsiyet kalıp yargılarıyla uyuşmayan bir görüntüye maruz kaldıktan sonra bile izleyici tutumlarında sağlam bir şekilde yerleşik kaldığını bulmuş ve görüntülerin izleyicilerin kadınların spor performansına ilişkin algıları üzerindeki etkisini vurgulamıştır.

İngiltere'deki basılı medyaya (Godoy-Pressland ve Griggs, 2014) ve ABD'deki üniversite gazetesi araştırmalarına (Pedersen, 2003) göre, hokey veya futbol gibi takım sporlarıyla uğraşan kadınlar, tenis veya yüzme gibi bireysel sporlarla uğraşanlara veya cinsiyete uygun takım sporlarıyla uğraşanlara göre yıl boyu spor fotoğrafçılığının kapsamında daha az yer almıştır. İngiltere Kadın Spor Vakfı (Women's Sports Foundation, 2004) tarafından yapılan medya analizi; tanınmış, yerleşik, mevcut bir medya profiline sahip bireysel sporcuların, kadın sporlarına geniş yer verilmesi pahasına yoğun bir şekilde öne çıkarıldığını ortaya koymuştur. Bireye odaklanma, Vincent vd. (2007) tarafından Wimbledon haberlerinin medya analizinde ve Bowman ve Daniels (1995) tarafından Sports Illustrated'daki görseller üzerine yaptıkları uzunlamasına çalışmada da benzer şekilde belirtilmiştir.

Hardin vd. (2002), 2000 Olimpiyat Oyunları'nın fotoğraflarına ilişkin çalışmalarında bir istisna sunarak kadınların bir takım sporu bağlamında yer almalarının daha yüksek olduğunu bulmuş ve bu tespit Kinnick'in (1998), ABD medyasının Olimpiyat Oyunları'na ilişkin haberlerinin spordaki kadınların basmakalıp tasvirlerinden uzaklaşıyor gibi görüldüğü yönündeki iddiasını doğrulamıştır. Ayrıca, fotografik medyanın kadın sporculara karşı büyük ölçüde adil olduğunu ve takım/takım dışı sporlara katılan kadın/erkek fotoğraflarının miktarlarının gerçekliği yansıttığını ifade etmişlerdir (Hardin vd., 2002). Bir Olimpiyat etkinliğinin haberlerinin önemli olduğu ve kadın sporcuların daha fazla haber yapılması beklentisinin mantıklı bir bağlam oluşturduğu ileri sürülmüştür (Vincent vd. 2002; Yu, 2009). Bununla birlikte, madalya kazanan takım sporlarında bile genel olarak sporcuların bireysel olarak haber yapılmasına yönelik bir tercihin varlığı dikkat çekicidir (GodoyPressland ve Griggs, 2014).

Uluslararası araştırmalara göre kadın sporcuların pasif pozlarda resmedilme eğilimi oldukça düşündürücü bulunmuştur (Bowman ve Daniels, 1995; Buysse ve Embser-Herbert, 2004; Fink ve Kensicki, 2002; George vd., 2001). ABD'de 1990 ve 1997 yıllarında Ulusal Kolej Atletizm Birliği medya rehberi kapak fotoğraflarını inceleyen (Buysse ve Embser-Herbert, 2004), elde edilen veriler arasında çok az fark bulmuşlardır: her iki zaman diliminde de kadın sporcuların pasif çekimlerle temsil edilmeleri aktif çekimlere göre daha yüksektir.

Sporcu kadınların medya görselleri üzerine yapılan araştırmalarda kadın sporcuların genellikle cinselleştirilmiş pozlarla servis edildiği ortaya konmuştur (Cranmer vd., 2014; Duncan ve Messner, 1998; Fink ve Kensicki, 2002; Lumpkin, 2007; Vincent vd., 2007). ABD’de yayınlanan basılı yayınlar üzerine Cranmer vd. (2014), Fink ve Kensicki (2002) ve Lumpkin (2009) tarafından yapılan araştırmalarda kadın sporcuların fotografik cinselleştirilmesine dair kanıtlar bulunmuştur ki aynı sonuçlar, Vincent vd. (2007) tarafından İngiltere’de yapılan araştırmada da elde edilmiştir. Birçok araştırmacı, kadın sporcuların cinselleştirildiği görüntülerin kullanımıyla kadın sporcuların performansının değersizleştirildiğini ve cinsel farklılık çerçevesinin devam ettirildiğini ileri sürmüşlerdir (Cranmer vd., 2014; Kane, 2011; Kane vd., 2013; Kane ve Maxwell, 2011; Kim ve Sagas, 2014).

Fotoğrafın bilgi aktarma aracı olarak doğası gereği, yorumlanan anlam nadiren sorgulanır (Barthes, 1977; Bowman ve Daniels 1995; Duncan, 1990). 1970’lerdeki kadın artistik cimnastik görselleri üzerine yapılan çalışmaya (Weber ve Barker-Ruchti, 2012) göre spor görselleri, ideal kadınlık standartlarının oluşturulmasına yönelik kullanılmıştır. Bu nedenle, kadın cimnastikçilerin görsel tasviri, o döneminin gençlik ile spor ve ince bedeni birleştiren ideal kadın fiziğini temsil etmiştir. Bu çalışmada, belirli bir dönemdeki cinsiyet ideallerini yansıtan idealize edilmiş kadın formu görüntülerine maruz kalma yoluyla izleyicilerin cinsiyet algılarının şekillendiği savunulmuştur (Weber ve Barker-Ruchti, 2012). U.S. Sports Illustrated dergisinde ünlü sprinter “Florence Joyner’a ait tasvirlerin sürekli olarak fiziksel görüntü, abartılı ve seksi spor kıyafetleriyle birlikte sunulması, kadın sporcuların cinselliğinin ve cinsiyet statüsünün medya tarafından kadın sporcuların tasvirinde sürekli olarak merkezi bir rol oynadığını göstermiştir.” (Bowman ve Daniels, 1995).

Kadın sporcuların cinselleştirilmesinin azaltılması yönünde bazı hareketler olmasına rağmen özellikle uluslararası mega etkinliklerde (Kinnick, 1998; Vincent vd., 2002; Godoy-Pressland ve Griggs, 2014), sporcuların fiziksel görüntülerine odaklanma eğiliminin önüne geçilememiştir (Cranmer vd., 2014; Kim ve Sagas, 2014; Vincent, 2003; Vincent vd., 2007; Weber ve Barker-Ruchti, 2012). Diğer taraftan, kadın sporcuların medya görsellerinde cinselleştirilerek kullanılmasına ilişkin farklı bir tartışma konusu ortaya atılmıştır (Smallwood, Brown ve Billings, 2014). Bazı çalışmalar, muhtemelen sponsorluk elde etme amacıyla kadın sporcuların kendilerini

satmak, görünürlük kazanmak ve bir varlık oluşturmak için cinselliği kullanmalarının ciddi ve uzun süreli olumsuz etkileri olabileceğini belirtmiştir. Kim ve Sagas (2014), U.S Sports Illustrated’ın mayo görsellerini yayımlayan bir sayısında, sporcular ve mesleği moda modeli olan kadınların bir araya getirilmesinin sporcuların başarılarını baltaladığı için etik olmadığını ifade etmiştir. “Cinsellik, cinselliği satar, kadın sporunu değil” düşüncesinde ısrarcı olan Kane (2011), medyada cinselleştirilmiş görüntülerin kullanılmasının kadın sporları veya kadın sporcuların performansına ilişkin algıyı olumlu yönde etkilemek açısından hiçbir anlamı olmadığını belirtmiştir.

3.6. Ünlü Kadın Sporcuların Görseller ve Kullanılan Dille Cinsel Nesneleştirilmesi Örnekleri

3.6.1. Tayla Harris



Görsel 16. Bu fotoğrafı viral olduktan sonra sosyal medyada cinsiyetçi ve tacize varan hakaretlere maruz kalan Tayla Harris. Erişim: <https://www.abc.net.au/news/2024-03-20/online-harm-of-women-in-sport-deakin-university-research/103588738>, 11.02.2025.

Avustralya Futbol Ligi (AFL) Charlton oyuncusu Tayla Harris, Western Bulldogs’a karşı oynanan bir maç sırasında çekilen, oyuncunun spor becerisini gösteren oldukça estetik bir fotoğrafının sosyal medyada paylaşılmasından sonra

yapılan cinsiyetçi yorumlara, Instagram’da “Bacak arkası kaslarım iyi ama aşağılayıcı ve cinsiyetçi yorumlar iyi değil.” diyerek yanıt vermiş, bu fotoğrafın altına Twitter’da “İşte işyerinde çekilmiş bir fotoğrafım... Hayvanlar, aşağılayıcı yorumlarınızdan önce bunu düşünün.” yazmıştır. AFL yazarı Sarah Black bu fotoğrafa yapılan yorumlar için “iğrenç, mide bulandırıcı ve sürekli; bazıları taciz, bazıları ise açıkça kadın düşmanlığıydı.” ifadelerini kullanmıştır (BBC, 2004). Yirmi iki yaşındaki oyuncu, sosyal medyada yapılan bu yorumları durdurmak için AFL Başkanlığına, gönderilen yorumları izlemesi ve ardından trolleri engellemesi için birini işe alması karşılığında ücretinden vazgeçmeyi teklif etmiştir.

3.6.2. Serena Williams



Görsel 17. Serena Williams. Los Angeles Times. Erişim: <https://www.latimes.com/sports/story/2019-09-03/serena-williams-us-open-100th-victory-qiang-wang>, 09.01.2025.

Williams ile ilgili yorumların veya taciz biçimlerinin çoğu onun nasıl görüldüğüne veya fizikselliğine odaklansa da özellikle cinsiyet kimliğiyle ilgili bir dizi yorum yapılmıştır. Kaslı fiziği de dahil olmak üzere fiziksel görünümüne dayanarak birçok yorumda kadın olarak tanımlanıp tanımlanmaması gerektiği sorgulanmıştır: ‘Bu bir erkek mi yoksa bir kadın mı?’, ‘S..tir git Serena Williams Erkeği’, ‘Serena Williams hiç erkek olduğu için test edildi mi,?’, ‘Elbette bir noktada o devasa uylukların arasına giren testis torbasını görebiliyordum.’ Bazı sosyal medya kullanıcıları daha da ileri giderek Williams’ı ‘transseksüel’ olmakla suçlamıştır:

'Serena Williams bir transgender, o kaltak bir canavar', 'Eğer bir transseksüelle, Bruce Jenner¹ veya Serena Williams ile sevişmeye zorlansaydın, hangisini tercih ederdin?' (Litchfield vd., 2018).

Williams'ın fiziksel görünümünü eleştiren ve cinsiyet kimliğini sorgulayanların çoğu, onun kadınlarla değil erkeklerle tenis oynaması gerektiğini düşünmüştür. Wimbledon'da kadınlara karşı oynaması çok kuvvetli olduğu için eleştirilmiş ve 'Bu bir adam!!!! Erkeklerle oynamalı', 'Kadınlarla yarışmamalı. Kertenkelelerle yarışan bir dinazor gibi' tarzında çirkin yorumlara maruz kalmıştır: 'Serena Williams'ın cinsiyetinin sorgulanması, tekler karşılaşmasında kız kardeşine karşı oynadığında daha da artmıştır. Hem Serena hem de Venus Williams, birbirlerine karşı oynadıklarında cinsiyetleri sorgulanmış, sıklıkla kız değil erkek kardeş oldukları iddia edilmiştir. Her iki sporcu da tacizlerle muhatap olmak zorunda kalmıştır: 'Turnuvanın en iyi erkek karşılaşması olma potansiyeline sahip', 'En iyi adam, o gün kazandı', 'Gördüğüm kadarıyla Venus abisine yine kaybetti' (Litchfield vd., 2018).

Schultz'a göre (2005), spor medyası tarafından Williams kardeşler ile diğer tenisçiler arasında ayrım yapılması yaygın olarak görülmüştür. Bazı araştırmalar, Williams ve Venus kardeşlerin medya temsillerinde 'öteki' olarak kabul edilmelerini yansıtmıştır (Douglas, 2002; Hobson, 2003; Schultz, 2005; Spencer, 2004). Williams'ın cinsiyetine atıfta bulunan bu çevrimiçi içerik, geleneksel basılı medyada temsil edilen hikayelerle örtüşmüş ve kariyeri boyunca ortak bir tema olmuştur. Örneğin Rusya Tenis Federasyonu Başkanı Shamil Tarpishev, Serena ve Venus Williams'tan 'Williams biraderler' diye bahsetmiştir (The Guardian, 2014). Cinsiyet kimliğiyle ilgili olarak diğerlerinden çok daha kaba bir şekilde ve şiddet içeren bir dizi yorumlar da yapılmıştır. Genellikle Twitter'da rastlanan bu yorumların birçoğunda Williams'a, fiziksel görünümü ve cinsiyet kimliği nedeniyle şiddet tehdidinde bile bulunulmuştur: '..ktir git Serena Williams, pipini (aslı en argo halı) çıkar', 'Biri Serena Williams'ı öldürsün. O bir erkek', 'Serena Williams'ın 33 yaşında hala bakire olduğunu duydum. Bunun doğru olup olmadığını bilmiyorum ama o kollarıyla asla olmayacak bir şey var: tecavüz kurbanı'. Serena Williams'la ilgili yorumların her biri

¹ William Bruce Jenner, 1976 Montreal Yaz Olimpiyatları'nda erkekler dekatlonda dünya rekoru kırarak altın madalya kazanmıştır. Nisan 2015'te trans bir kadın olduğunu açıklamış ve temmuz ayında Caitlyn Marie Jenner adını almıştır.

farklı bir taciz türüne (duygusal, fiziksel ve cinsel) odaklanırken çoğunda Serena'nın cinsiyet kimliği sorgulanmıştır. Bu tür yorumlar, kadın sporcuların geleneksel güzellik ve kadınlık standartlarına uymadıkları sürece eleştirildikleri ve/veya sorgulandıkları fikrini pekiştirmiştir (Litchfield vd., 2018).

3.6.3. Maria Sharapova



Görsel 18. Maria Sharapova, 2004. https://www.upi.com/Sports_News/2020/02/26/Maria-Sharapova-retires-from-tennis/5451582725373/, 21.02.2025.

Maria Sharapova, dünya sahnesinden geçmiş ve en tanınmış kadın sporculardandır. Sharapova'nın 'Grand Slam' tekler şampiyonlukları ve ödül paralarından elde ettiği kazançlar kendi başına etkileyici olsa da (Badenhausen, 2016) medya daha çok onun fiziksel görünüşüyle ilgilenmiştir. Sharapova'nın geleneksel kadınsı görünümü ve güzelliği, onu (en azından bazılarının zihninde) cinsel açıdan arzu edilir biri haline getirmiştir (Chiari, 2015; Prince, 2015).

2015 Wimbledon Tenis Turnuvası süresince Maria Sharapova hakkında Facebook ve Twitter'da yer alan yorumlar Litchfield vd. (2016) tarafından analiz edilmiştir. Turnuva boyunca iki haftalık süre zarfında Twitter'da 159, Facebook'ta 51 taciz içerikli yoruma rastlanmıştır. Maria Sharapova etrafında dönen baskın ve sürekli taciz biçimleri cinselliğe odaklanırken yorumlar, onun genel fiziksellikinden 'cinsel' bedenine kadar değişmiştir. Sharapova'nın genel fiziksel güzelliğine odaklanan ve kabul edilebilir nitelikteki Facebook yorumlarından bazıları şunlardır: 'Güzel bayan', 'Çok güzel görünüyorsun', 'Benim bir numaralı bebeğim Maria', 'Çok tatlı Maria, güzelsin', 'Senden hoşlanıyorum', 'Sevimli kız', 'Benim güzel rüya kızım', 'Seni

seviyorum bebeğim', 'Maria Sharapova, spor dünyasının en güzel kızı'. Sharapova'nın cinsel bedenine odaklanan yorumlardan bazıları şunlardır: 'Aman Tanrım SEXYPOVA', Güzel vücut ve popo', 'Maria güneş gibi ateşli! Seksi!', 'Bu kızı istiyorum', 'Maria çok tatlı, beni deli ediyor' ve 'Hadi kızım, benim seksi meleğim olabilirsin!'. Hatta Twitter'da çok daha aşırı bir cinsel istismar dili kullanılmıştır: 'Seksi Rus tenisçi sürtük' ve 'Maria Sharapova'nın çılgılığı çok ateşli'.

Bunların dışında bazı yorumlar duygusal anlamda alay ve saldırganlık içermiş ve bir kısmı Sharapova'nın tenis topuna vururken çıkardığı yüksek sese atıfta bulunmuştur. Bu ses medya, diğer oyuncular ve hayranları tarafından eleştirilmiştir: 'Maria Sharapova çeneni kapat ve sadece 5 dakika tenis oyna', 'Aptal geveze ..ospu', 'Maria Sharapova şımarık, zayıf bir ..ospu', 'Tenis, Maria Sharapova olmadan daha iyi bir spor olurdu. Sinir bozucu ..ospu' ve 'Maria Sharapova hilekar bir ..ospusun'. Litchfield vd. (2016) tarafından yapılan bu çalışmada cinsel tehdit boyutuna ulaşan ve daha da argolaşan birçok yoruma da rastlanmıştır.

Gerek bu tezin danışmanı ve gerekse yazarı tarafından uygun görülmediğinden aşağıda belirtilen ve diğerlerine göre hafif kalan birkaç örnek yorum haricindekilere yer verilmemiş, okuyucunun, yorumların ne derece aşağılayıcı ve iğrenç bir cinsellik boyutuna ulaştığını verilen örneklerden tahmin edebilecekleri düşünülmüştür: 'İnsanların kucak dansı ve bunun gibi şeylere harcadıkları parayı, Maria Sharapova'nın bir odada durup bana bağırması için memnuniyetle öderim', 'Wimbledon'dan sonra Maria Sharapova'nın koltuk altlarını yalamayı çok isterdim' ve 'Lütfen bana tecavüz et'.

3.6.4. Anna Kournikova



Görsel 19. Anna Kournikova Wimbledon'da. Erişim, <https://www.dailymail.co.uk/sport/tennis/article-1284023/Andre-Agassi-Anna-Kournikova-voted-sexiest-tennis-players-time.html>, 22.02.2025.

Liang'ın (2011) 'Medyanın Kadın Sporcuları Cinselleştirmesi: Modern Oyun İçin Kötü Bir Talep' adlı makalesi, medyanın kadın sporcuları nasıl cinselleştirdiğine dair bir analiz sunmuştur. Makale, medyanın kadın sporcuları tasvir etmesinin bir tür nesneleştirme olduğunu ve sporda kadınların olanaklarını sınırlayan cinsiyet klişelerini güçlendirdiğini savunmuştur. Çalışma, medyanın kadın sporcuları temsiline yönelik daha eleştirel ve ayrıntılı bir yaklaşıma ihtiyaç olduğunu vurgulamıştır. Liang'a (2011) göre, medya sıklıkla kadın sporcuların spor yeteneklerinden ziyade fiziksel görünümüne odaklanmış ve kadınların değerinin fiziksel çekiciliğe dayandığı fikrini güçlendirmiştir. Medya bunu yaparken kadın sporcuların vücutlarının özellikle belli bölümlerinin yakın çekimlerini ve tahrik (cinsel) edici pozlarını kullanıp onları cinselleştirerek nesneleştirmiştir. Makalede, medyanın kadın sporcuları nasıl cinselleştirdiğini göstermek için kullandığı örneklerden biri, medyanın yetenekli bir sporcu olmaktan çok bir cinsellik sembolü olarak öne çıkardığı ve kadınların spordaki değerinin öncelikle fiziksel görünümüne dayandığı mesajını verdiği tenis oyuncusu Anna Kournikova'dır.

New York Times tenis yazarı Ben Rothenberg, Kournikova'yı tenis tarihinin en önemli 10 kadını listesine dahil etmiştir (news.com.au). Kadınlar çiftlerde Kournikova dünya 1 numarası olarak derecelendirilmiş ve partneri Martina Hingis ile iki kez Avustralya Açık'ı kazanmıştır. Kournikova, teklerde sekizinci sıraya kadar yükselmiş, 1997'de Wimbledon'da yarı finalde elenmiştir. Geçirmiş olduğu yaralanma nedeniyle 21 yaşında sporu bırakmıştır.

Harris ve Clayton (2002), Sun and Mirror gazetesinde Wimbledon 2000 ve İngiliz gazetelerinden rastgele seçilmiş bir grupta Wimbledon 2001 Tenis Turnuvasının medyadaki kapsamını analiz etmiş ve şu sonuca varmışlardır: "Medyanın olağanüstü miktarda dikkatini çeken bir kadın sporcu var. Anna Kournikova medya görünürlüğüyle istisna bir kadındır ve spor haberlerinde kadın sporcuların 'görünmez' kılındığı sonucuna ters düşer." Kournikova'nın temsil edilme biçimi, medyanın kadın sporcuları dışlaması hakkındaki 'evrensel kurala' bir istisna olmuştur: "Anna Kournikova, 44 gazete örneğinde 27 makalede/fotoğrafta yer aldı ve toplam kadın haberlerinin %34'ünü oluşturdu. Kournikova ile ilgili 27 makalenin 18'i (%67) tenisle ilgili değildi." Kournikova'nın toplam kadın haberlerinin üçte birinden fazlasında yer alması ve hakkındaki makalelerin yüzde 67'sinin tenisle ilgili olmaması, onun büyük ölçüde spora odaklanmayan bir şekilde temsil edildiğini göstergesi olmuştur. The Sun gazetesi 2003 yılında o yılki Wimbledon tenis turnuvası boyunca, oynamış olsun ya da olmasın her gün Anna Kournikova'nın bir resmini yayınlamıştır (Longhurst vd., 2008).

Harris ve Clayton (2002), Kournikova'nın medyada büyük ölçüde cinselliği açısından tasvir edildiğini ortaya koymuştur. Haberlerde daha çok buz hokeyi oyuncusu Sergei Fedorov ile olan ilişkisine atıfta bulunulmuş, 'model', 'göz alıcı kız' ve 'bebek' gibi ifadelerle görünüşü hakkında yorum yapılmıştır. Kournikova'nın medya kapsamına diğer bazı örnekler, bir fotoğrafında 'güneşte cayır cayır yakan' şeklinde tanımlanması, internette bir spor sütyeni markasına modellik yapması ve ilk tur maçında hayranlarından 'evlilik teklifleri ve ışıklar' almasıdır. Medya kapsamında yer alan sözde tenisle ilgili makaleler ve haberler, Kournikova'nın görünüşüne ve çekiciliğine yoğunlaşmış, onu bir sporcudan daha çok bir model ve seks sembolü olarak sunmuştur. Kournikova'nın bu temsil şekline diğer sporculardan gelen tepkilere bir örnek, 2001 yılında New York Magazine web sitesindeki bir makalede Chris Smith

tarafından şöyle ifade edilmiştir: “Lindsay Davenport, tur genelindeki kızgınlığını Kournikova’yı ‘sirk gösterisi’ yapmakla suçlayarak dile getiriyor. Somurtkan sarışın, diğer kadın sporculara kibirli bir küçümsemeyle davranıyor ve genellikle şüpheli sakatlıklarla maçlardan çekiliyor. Ve geçen yıl tenisten kazandığının on beş katını sponsorluklardan kazandı.” (NYMag.com, 2001).

Tenis gazetecisi Paul Fein (2019) tarihli makalesinde, medyanın kadın sporcuları haksız tasviri nedeniyle kadın sporcuların cinsiyet eşitliğine ulaşamadığına inanan Yeni Zelanda Olimpiyat Komitesi’nden Ashley Abbott’un iddialarına karşı çıkarken “Hem erkek hem de kadın sporcuların güzelliğini ve hatta çekiciliğini nicelik, dil ve saygı açısından eşit şekilde, yazdım. Kadınları biçimli, kıvrımlı ve muhteşem olarak, erkekleri ise yakışıklı, güçlü ve kaslı olarak” tanımladığını belirtmiştir. Fein (2019), Kournikova da dahil olmak üzere hem erkek hem de kadın sporcuları, vücutlarına ve görünümlerine odaklanarak temsil ettiğini ve her iki cinsiyetten sporcunun da görünümüne odaklanarak eşit ve saygılı bir şekilde temsil edilebileceğini savunmuştur.

Fein şöyle devam etmiştir: “Chris Evert, basının kendisini ‘çekici’ olarak tanımlamasını büyük bir iltifat olarak gördüğünü söyledi. Evert ayrıca bir keresinde Kournikova’yı ‘16 yaşında birinin olabileceği kadar çekici’ olarak övmüştü.” (2019). Ona göre “her iki cinsiyet için çekicilik, cinsellik ve spor sembiyotik bir ilişki içindedir ve her zaman böyle olacaktır. Aslında, “kadın sporcuların cinsel nesnelere dönüştürülmesini kınayan kadınların bazıları, özellikle pazıları şişkin Nadal olmak üzere, kadınların erkeklere dik dik bakması söz konusu olduğunda farklı bir telden çalışıyorlar. Nadal’ın müsabaka sırasında sadece tişörtünü değiştirmesi bile kadın seyircilerden ‘ooh’lar’, ‘aah’lar ve ısıklıklar alması için yeterliydi.” (Fein, 2019).

Fein diğer taraftan Jennifer Hargreaves’in bir alıntısını aktararak kadın sporcuların sporcu yeteneklerini göz ardı ederken cinselliklerine odaklanmanın sorun olduğunu kabul etmiştir: “Performans becerilerini göz ardı eden ve cinselliği öne çıkaran göz kamaştırıcı pozlar, sporcuları arzu ve kıskançlık nesnelere dönüştürerek sporcu kadınların cinsel kadınlar olduğu yönünde net bir mesaj veriyor. Ancak kadın spor yıldızları bu süreçte sadece pasif özneler değiller. Ayrıca medyanın ve

kamuoyunun ilgisini çekmek ve para kazanmak için kendi cinselliklerini de kullanıyorlar.” (Fein, 2019).

Helen Ditouras’ın yazdığı gibi, Kournikova kendi pazarlama potansiyelini benimsemiştir: “Pazarlama potansiyelini kullanmaktan hiç çekinmedi. Martina Hingis, 1994 Gençler ABD Açık’ta onu (6-0, 6-0) utandırdıktan sonra, Kournikova “Sen kazandın ama ben senden daha güzelim ve daha pazarlanabilirim.” diye tepki gösterdi. Bu tür yorumlar, onun isminin asıl meseleden çok stil ile eşanlamlı hale gelmesine neden oldu.” (Baggett, 2010). Ditouras, Kournikova’nın medyada gördüğü ilginin sadece onun görünüşünden kaynaklanmadığını savunmak için Kournikova’nın sözlerine atıfta bulunurken Kournikova fenomeninin yalnızca onun yadsınamaz güzelliğine bağlı olduğunu iddia etmenin yanlış olacağını belirtmiştir: “Ben Venus Williams değilim, Serena Williams değilim. Ben kadınsıyım. Onlar gibi görünmek istemiyorum. Onlar gibi erkeksi değilim!” (Baggett, 2010).

Anna Kournikova, dünyanın en çok fotoğrafı çekilen spor ünlülerinden biridir. Kournikova, spor giyim üreticisi Adidas ve Bereli Sütyenleri (‘Sadece toplar sekmeli’ sloganıyla) gibi markalarla yaptığı sponsorluk anlaşmalarıyla en yüksek ücret alan tenis oyuncularından biri olmuştur. Kournikova’ya gösterilen medya ilgisi, finansal kazancı ve şöhreti, bir tenis oyuncusu olarak gösterdiği performans ile çelişmektedir çünkü o, tekler oyuncusu olarak büyük bir tenis turnuvası dahi kazanamamıştır (Harris ve Clayton, 2002). Buna rağmen gazete analizlerinin büyük bir kısmının bu sporcuya odaklanması, cinsiyete dayalı spor formülündeki önemli bir belirleyici olan ‘algılanan cinsiyet uygunluğu’ ile açıklanmıştır. Bir sporcu olması dışında, Kournikova tarafından her şekilde örneklenen baskın kadın fiziksellliği ve davranışı, hegemonik kadınlık olarak görülmüştür. Hegemonik kadınlığın inşası, erkek egemenliğinin çıkarlarına hizmet eden cinsiyetçi spor formülünün ayrılmaz bir parçası olmuş, kadınların baskınlığından ziyade erkek hakimiyetini kurma amacına hizmet etmiştir (Harris ve Clayton, 2002). Dahası, kullanılan genel söylemlerde onun güzel, zayıf ve süper bir modelin fiziğine sahip olması öne çıkarılarak tipik bir geleneksel kadın temsili sunulmuştur.

3.6.5. Amelia Mauresmo



Görsel 20. Amelia Mauresmo. The times and Sunday Times. Erişim, <https://www.thetimes.com/article/amelie-mauresmo-is-perfect-match-for-andy-murray-hgf5vlsppq8w>, 18.01.2025.

Maria Sharapova, medya tarafından kadınlığının vurgulanmasıyla aşırı heteroseksüelleştirilme eğilimine maruz kalırken ünlü tenisçi Amelie Mauresmo'nun cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimleri sorgulanmıştır (Koivula, 1999). Amelie Mauresmo, ciddi anlamda kortlarda boy göstermeye başladıktan sonra fiziği ve cinselliği hakkında genellikle diğer sporculardan gelen çeşitli alaylara katlanmıştır. Yetenekli sporcu, 2006 Wimbledon ve Avustralya Açık'ta zafer kazanıncaya kadar sık sık olumsuz duygularla başa çıkmak zorunda kalmıştır (France, 2006).

Avustralya basınında ve Avustralya televizyonunda 1999 Avustralya Açık'ın kapsamını analiz eden Deborah Stevenson'un özellikle Mauresmo'yu içeren analizlerinde, Mauresmo'nun bedeni yapısı ve cinsel kimliği nedeniyle medya kapsamı ve söylemleri, Anna Kournikova'nın aşırı cinselliğini öne çıkaran söylemlerinden çok daha farklı bir minvaldedir (Rowe, 2004). Kournikova heteroseksüel ve kadınsı olarak tasvir edilirken Mauresmo fizikselliği, gücü ve cinsel kimlik tercihi ile haberleştirilmiştir. Açıkça lezbiyen ve gözle görülür şekilde güçlü olan Mauresmo'nun cinselliği ve vücut yapısı Avustralya medyasında ve başka yerlerde önemli tartışmaların konusu olmuştur (Harris ve Clayton, 2002). Mauresmo'nun ünlü erkek tenis oyuncusu Murray'nin antrenörü olarak atanmasıyla ilgili Yahoo! yorumları, hegemonik erkeklik ve homofobinin hala birçok taraftar söyleminin merkezi olduğunu göstermiştir (Coche ve Le Blond, 2018).

3.7. Kadın Sporcuların Cinselleştirilmesinin Etkileri ve Kadın Sporcuların Cinselleştirilmeye Tepkileri

Kadın sporcular ile medyada temsil edilişleri arasındaki bağlantı sürekli olarak açığa çıkarılmaya çalışılmış ve tartışılmıştır. Bissell (2004), medyanın sporcu kadınları idealize edilmiş fiziksel modeller olarak tasvir etmesinin kadın sporcuların beden imgesi üzerindeki etkisini belirlemek için yürüttüğü çalışma, insanların kendilerini başkalarıyla özellikle de medyadakilerle karşılaştırdıklarını ve bu karşılaştırmalara göre değerlendirdiklerini öne süren Sosyal Karşılaştırma Kuramı'na dayanmıştır.

Bissell (2004) tarafından yapılan ve birinci lig kolej takımlarından 312 kadın sporcunun katıldığı çalışmada, spor medyasına maruz kalma düzeyi, spora katılım ve beden imgesi kaygısı değerlendirilmiş; spor medyasına daha fazla maruz kalan sporcuların daha yüksek düzeyde beden imgesi bozukluğuna sahip olduğu ve yeme davranışında bozulma risklerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, medyanın kadın sporcuları zayıf veya fit olarak tasvir etmesinin kadın sporcular için gerçekçi olmayan standartlar yaratabileceğini ve bunun da olumsuz beden imajına ve düzensiz beslenmeye yol açabileceğini göstermiştir. Çalışma, kadın sporcuları, medya maruziyetinin bedenlerine ilişkin algıları ve değer duyguları üzerindeki olası etkileri konusunda bilgilendirmek için medya okuryazarlığının gerekliliğini vurgulamıştır. Bulgular ayrıca medya kuruluşlarının ve spor organizasyonlarının sınırlı ve idealize edilmiş fiziksel stereotiplerin ötesinde, medyada kadın sporcuların daha kapsayıcı ve çeşitlendirilmiş bir şekilde tasvir edilmesi için çaba sarf etmesi gerektiğini işaret etmiştir.

Medyanın kadın sporcuları nasıl tasvir ettiğine dair bir incelemede, Riebock ve Bae (2013) çok sayıda örnek sunarken bu tasvir biçiminin üniversiteli kadın sporcuların beden algılarını nasıl etkilediğini ve kendini nesneleştirme ile ilişkini araştırmıştır. Bulgular, üniversiteli sporcular arasında artan beden memnuniyetsizliği, kendini nesneleştirme ve kadın sporcuların cinselleştirilmiş medya tasvirlerine maruz kalma arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, cinselleştirilmiş medya görüntülerine maruz kalma ile kadınlarda olumsuz beden algıları arasında bir bağlantı olduğunu gösteren önceki araştırmalarla tutarlı bulunmuştur. Örneğin Grabe vd. (2008), kadın sporcuların cinselleştirilmiş medya

görüntülerinin, kadın sporcuların fiziksel ve ruhsal sağılığını zayıflatan zararlı bir ortam yaratabileceğini işaret etmişlerdir.

Li vd., (2021), profesyonel kadın sporcuların kendilerini Instagram aracılığıyla halka nasıl pazarladıklarını incelemiştir. Çalışmada, dört farklı spordan (basketbol, futbol, tenis ve atletizm) 10 en iyi kadın sporcunun Instagram hikayeleri, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Fiziksel görünümle ilgili en çok paylaşım basketbolcular, kişisel yaşamla ilgili en çok paylaşım futbolcular, spor performanslarıyla ilgili en fazla paylaşım atletizm sporcuları tarafından yapılmıştır. Genel olarak fiziksel çekicilikle ilgili gönderilerin yüzdesinin yüksek olmasının, güzellik standartlarını korumaları için kadınlara yapılan kültürel baskıların bir sonucu olabileceği düşünülmüştür. Ayrıca profesyonel bir sporcu olmanın sorumlulukları ile sosyal medya fenomeni olmanın gereklilikleri arasında bir denge sağlama ihtiyacının, spor performansı ile ilgili yapılan paylaşımların düşük yüzdesine yansımış olabileceği sonucuna varılmıştır.

Davis (2001), sporda cinsellik ve cinselleştirme arasındaki farkı tartışırken çıkış noktası, spor mantığının asexual olmadığı tam tersine cinselleştirme için pek çok fırsat sunan bir pratik olduğudur; ona göre spor, cinselliğe oldukça müsait bir ortam yaratmıştır. Ancak Davis'e göre, iki tür cinselleştirme vardır. İlki zararsız ve nesneleştirici olmayandır ve gerçek spor faaliyetine dayanır ve bu faaliyet tarafından motive edilir. İkincisi, belirli vücut bölgelerine ve cinsel imalar içeren pozlara odaklandığı için nesneleştiricidir. İlk tür cinselleştirme cinsellikle, ikincisi ise cinselleştirmeyle ilişkilidir (Davis, 2001). Davis, cinsellik ve cinselleştirme arasındaki ayrımı, büyük ölçüde sporcunun nesneleştirilip nesneleştirilmediğine dayanmıştır. Nesneleştirme, insanların özerklik ve bütünlükten yoksun olarak muamele görerek nesne haline getirilmesini gerektirir. Duygular ve deneyimlerle ilgilenilmemekte ve bedensel bütünlük ihlal edilebilmektedir. Bu bağlamda, başka bir kişinin kendi cinsel hazzı için bir araç olarak tasvir edildiği cinsel nesneleştirmeden de söz etmek mümkündür (Nussbaum, 1995).

İngiliz medya araştırmacısı McNair (2002) bir adım daha ileri giderek 'striptiz kültürü' ve 'porno şıklığı' kavramlarını kullanmış, pornografik unsurların medya aracılığıyla günlük yaşama tecavüz ettiği ve bu nedenle kamusal alanda

pornografikleştirmenin toplumsal olarak kabul edilebilir ve hatta arzu edilir hale geldiği kültürel bir sürecin varlığını işaret etmiştir. Ona göre, ‘iletlen görüntüler porno olmamakla birlikte pornografik estetik’ kullanılmıştır (McNair, 2002). Benzer bir tespit “Genç sporcu kadınlar, giyimleriyle ve vücut hareketleriyle ‘kadın erotizmi’ sinyali veriyorlar.” ifadelerini kullanan Pfister (2001) tarafından da yapılmıştır.

Carty (2005) tarafından yapılan çok geniş kapsamlı çalışmada ESPN, ESPN2 ve NBC kanallarında yayınlanan 1996 Yaz Olimpiyatları’ndaki ilk maç, 1999 Kadınlar Dünya Kupası, 2000 NCAA Basketbol Turnuvası, 2001 ve 2002 Kadınlar Ulusal Basketbol Birliği (WNBA) normal sezon maçları sırasında yayınlanan televizyon reklamları; ayrıca Gear, Sports Illustrated, Women’s Sport and Fitness ve The National Sports Review dergilerinin basılı reklamları analiz edilmiştir. Carty (2005), seçilen görsellerin her birinin bir şekilde kadın sporcuları cinsel nesne olarak tasvir ettiği ve tasvirlerin, erkek izleyicilere hitap etmek için sporcuları cinselleştirecek şekilde kurgulandığı yönünde görüş bildirmiştir.

Birçok kadının ve kadın sporcunun kendilerinin medyada cinselleştirilerek temsil edilmesine gönüllü onay verdiği yönünde daha önce yapılmış tespitlere (Nussbaum, 1995; Pfister, 2001; McNair, 2002), iki sporcu örneğiyle Carty de (2005) katılmıştır: Brandi Chastain ve Jenny Thompson. Brandi Chastain 1999 Dünya Kupası final maçında golünü attıktan sonra formasını çıkarıp salladığında medyanın inanılmaz ilgisini çekmiş ve reklam değerini yükseltmiştir. Bu görsel tüm yazılı ve görsel basında yer almıştır. Bu, doğal süreçte gelişen bir hareket gibi gözükse de (erkek futbolunda çok sık görülür) aslında sporcuların, sporculuklarına ek olarak veya bazı durumlarda sporculuklarından ziyade cinselliklerini kasıtlı olarak vurgulayarak pazarlama peşine düşmesi olarak değerlendirilmiştir (Carty, 2005). Chastain aynı yıl içinde Nike markası için Gear dergisinde yayınlanan reklamda, ayağında sadece Nike kramponları varken (yani çıplak) poz vermiştir. Chastain kendini; yoğun fiziksel antrenmanlarla kazandığı sıkı, kaslı ve formda vücudunu gösterdiği ve fotoğraftaki görünümünün vücudunu nesneleştirmedeği şeklinde savunmuştur. Tam aksine ona göre bu görsel, spor ve gücün ifadesiydi: “Ben bu vücut için kıcıımı yırttım. Bununla gurur duyuyorum.” (Sullivan, 1999).

Birçok kişi tarafından gelmiş geçmiş en iyi kadın yüzücü olarak anılan Jenny Thompson, *Sports Illustrated* için 2002 yazında üstsüz bir poz vermiştir. İki yumruğunu sıkarak göğüslerini stratejik bir şekilde kapatan Thompson, bu pozu verirken cinsel çekiciliğini yansıtmayı değil kaslarını, kas güzelliğini ve gücünü göstermeyi amaçladığını ifade etmiştir, tıpkı Chastain gibi. Her iki sporcu, bedenlerinin bir arzu metası olarak incelenecek nesneler olmadığını, başarıları nedeniyle bedenlerine saygı duyulması gerektiğini belirtmiştir (Carty, 2005). Chastain ve Thompson sarışın, beyaz ve fiziksel olarak fit kadınlardır ki bu erkek fantezisinin ideal kadın imajıdır; geleneksel kadınlık kavramına bu açıdan uydukları için, kasları tehdit edici olarak görülmemiştir. Bu nedenle hem güçlü hem de çekici olarak algılanma lüksüne sahip olmuşlardır. *Gear* ve *Sports Illustrated* ağırlıklı olarak erkek okuyucu kitlesini hedeflemiş yayın organlarıdır. Çıplaklık, Chastain ve Thompson açısından bireysel olarak motive edici olabilir ama onlar, bu pozlarla erkek bakışının kabul ettiği sınırlar içinde ‘uygun, sporcu ve kadınsı’ olarak mükemmel bir şekilde konumlandırılmıştır (Carty, 2005).

Postfeminist perspektiften yaklaşan araştırmacılar, bu tip temsillerin kadınları güçlendirdiği ve özgürleştirdiğini ileri sürmüşlerdir. Kadın bedenlerinin haz ve arzu alanı olarak gösterilmesi, kadın uzuvlarının arzu nesneleri olarak fetişleştirilmesine hizmet etse de kadınların kendi bedenlerini bir haz, güç, özgürlük ve meşrulaştırma kaynağı olarak yeniden değerlendirmelerine de olanak sağlayabileceğini belirtmişlerdir (ör. Goldman, Heath ve Smith, 1991). Kasların, vakar ve irade gücü sağladığını savunan Bruback (1996), meseleyi şöyle açıklamıştır: “Bu, süper modellerde olduğu gibi bir kadına bahsedilen cinsel çekicilik değildir. Sporcu çekicilik, gücünü dürüstçe elde etmiştir. Bu sağlıklı bir fetişizm türüdür ve bize kadın bedenlerini ayrıntılı olarak takdir etmeyi öğretir. Kadınlar, yavaş yavaş kendilerine geldikçe, daha önce sadece kiraladıkları bedenlerinde nihayet kendilerini evlerinde hissetmeye başladılar.” Kızak sporcusu Jean Racine, ‘cinsel çekicilik ve cesaretin çekiciliğinin karışımı’ şeklinde tanımlanmış, artistik patinajcı Michelle Kwan’ın menajeri sporcusu için şu sözleri kullanmıştır: “En dinamik performansçı olmayabilir ama öyle olmak zorunda da değil. Reklamcıların ilgisini çeken zarif ve şık bir tarzı var.” (Ferla, 2002). Aslında Kwan Asyalı bir Amerikalıdır; nispeten açık teni ve vücut tipi, beyaz toplum tarafından yüceltilen geleneksel kadınlık kavramlarına hitap

etmiştir. Ayrıca, “model azınlık” olarak Asyalı kadın stereotipi ve erkek otoritesine sözde boyun eğmeleri ve egzotik nitelikleri Kwan’ın ‘beyaz kadınlık’ kalıbına uymasını sağlamıştır (Ferla, 2002).

Görünen o ki feminizm ve kadınlık kavramlarının bütünleşmesi yeni ideolojik çelişkiler yaratmıştır. Çıplak poz veren bazı kadın sporcular, bireysel özgürlüğün bir sonucu olarak kendi çıkarlarına uyduğu için cinsel bir nesne olarak görülmeyi kabul etmişlerdir. “Feminizm ve kadınlığın ticari evliliği, kendini göstermenin görsel inşasında yer alan bireysel özgürlük anlayışını kullanır. Beden ve cinsellik tesadüfi işaretler olarak ortaya çıkar: beden, irade gücü ve disiplin yeteneğine sahip özerk bir varlık olarak kendinizi doğrulamak için şekillendirdiğiniz, kontrol ettiğiniz bir nesnedir. Cinsellik, kadınların kendilerine atfedilen cinsiyet rolleri nedeniyle değil, kendi seçimleriyle kullandıkları bir olgudur.” (Goldman, Heath ve Smith, 1991).

Ancak radikal feminist bir perspektiften bakıldığında bireysel güç, kadın bağımsızlığının bir göstergesi olsa da bu güç, cinsel çekiciliğe ulaşmanın bir aracı olarak da yeniden şekillendirilebilir. Erkek egemenliği metalaştırılmış beden imgeleri aracılığıyla sona erdirilebilir. Radikal feministler, toplumsal cinsiyet eşitliği ve özerklik bağlamında ‘erkekler için çekicilik’ stratejisini reddederler (Russo, 1987).

Günümüz toplumunda yaygın kullanımı ve sürekli varlığı nedeniyle özellikle sosyal medya, genç kadınların yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, ideal beden imajlarına ilişkin algılarını yönlendiren ve şekillendiren görüntülere yer vermeyi artırmıştır. Sosyal medyaya güvenme alışkanlığı, başta kadın bedeni olmak üzere çeşitli cinselleştirilmiş görüntülere maruz kalmayı artırmıştır. Bu imgeler medyada yaygın olmasına rağmen cinselleştirilmiş imgelerin ergenlik çağındaki kadınlar üzerindeki etkileri hala ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

Harrison ve Fredrickson (2003), organize sporlara katılan 94 siyah ve beyaz ergen kadında yaptıkları çalışmada kadın spor medyası, kendini nesneleştirme ve ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmacılar, medyanın kadın sporcuları tasvir biçiminin, ergen kadınların ruh sağlığına olumsuz etkileri olan kendini nesneleştirmenin gelişimine önemli bir katkıda bulunduğunu savunmuşlardır. Spor medyasına maruz kalmanın hem siyah hem de beyaz ergen kadınlarda daha yüksek

düzeyde kendini nesneleştirme ve daha zayıf ruh sağlığı sonuçlarıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Kendini nesneleştirmenin olumsuz etkilerini azaltmak için medya ve spor kuruluşları kadın sporcuların olumlu temsillerine öncelik vermelidir. Genç sporcular için güçlü rol modellerine erişim sağlamak ve destekleyici ortamlar oluşturmak, sağlıklı beden imajı ve öz saygıyı teşvik etmek için esastır. Çalışma, medya mesajlarının ergen kadınların iyi olma hallerine potansiyel etkisine ışık tutması ve kadın sporcuların daha olumlu temsillerine olan ihtiyacı medya endüstrileri, spor organizasyonları ve ebeveynlere hatırlatan çıkarımları ve onları kolektif sorumluluğa davet etmesi açısından önemlidir (Harrison ve Fredrickson, 2003).

Perloff'un (2014) 'Sosyal Medyanın Genç Kadınların Beden İmajı Endişelerine Etkileri: Kuramsal Perspektifler ve Araştırma Gündemi' adlı makalesinde, sosyal karşılaştırma kuramı, nesneleştirme kuramı ve yetiştirme kuramı açısından sosyal medyanın genç kadınların beden imajına etkileri, önceki araştırmalar yoluyla analiz edilmiştir. Sosyal karşılaştırma kuramı, genç kadınların kendilerini sosyal medyada sunulan imgelerle karşılaştırdıklarını ve bunun beden memnuniyetsizliğine ve olumsuz benlik algısına yol açtığını belirtirken nesneleştirme kuramı, sosyal medyanın kadın bedenlerini nesneleştirmesinin, kadınların bu nesneleştirici mesajları içselleştirmesine, bedenlerini bakılması ve değerlendirilmesi gereken nesneler olarak görmesine yol açtığını ileri sürmektedir. Yetiştirme kuramı ise sosyal medyada bedenle ilgili içeriklere sürekli maruz kalmanın, beden normlarına ilişkin çarpık bir algı yarattığını ve olumsuz beden imajı ideallerinin içselleştirilmesine yol açtığını işaret etmektedir.

Böylece medyanın kadınları cinselleştirmesi sorunu çağdaş toplumda giderek daha çok konuşulmaya başlamıştır. Ward'ın (2016) toplam 269 deneysel çalışmayı inceleyen sistematik derlemesinde, cinselleştirilmiş imgelerin genç kadınları hedef kitlesine alan medyada yaygınlaştığını, cinselleştirilmiş fotoğraflar görmenin kadınların bedenleri ve öz değerleri hakkındaki algılarına zarar verdiğini, genç kadınların cinselleştirilmiş imgelere maruz kalmaktan daha çok etkilendiklerini, cinselleştirilmiş imgelere maruz kalmanın kadınların dikkat, hafıza ve uzamsal biliş gibi işlevlerini olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca cinselleştirilmiş imgelere maruz kalmanın kadınların ilişkiler, cinsiyet rolleri ve cinsellik hakkındaki görüşleri ve fikirleri üzerindeki etkisi de vurgulanmıştır. Cinselleştirilmiş imgelere

maruz kalma ile kadınlara etkisi bireysel özellikler, toplumsal çevre ve medya okuryazarlığı gibi düzenleyici faktörle ilişkili bulunmuştur. Bu çalışmada, medyada kadınların cinselleştirilmesi sorununa daha dikkatli yaklaşılması, genç kadınların medya platformlarında sunulan cinselleştirilmiş imgeleri sorgulamak için gerekli eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesine yardımcı olmak için medya okuryazarlığı girişimlerinin teşvik edilmesi gerektiği özellikle belirtilmiştir.

Swift ve Gould (2021), nesneleştirme ve sömürü mesajları ileten yaygın cinselleştirilmiş imgelerin fiziksel ve duygusal zarar, cinsiyet eşitsizliği ve cinsiyetçi klişelerin devam etmesine neden olduğunu işaret etmiştir. Özellikle kadın bedenlerinin sıklıkla aşırı cinselleştirildiği medyada, bu sorunların küresel yaygınlığı vurgulanmış; oyuncuların, modellerin ve sporcuların, yetenekleri veya başarıları yerine fiziksel özelliklerini vurgulayan tasvirlerle sıklıkla karşılaşmalarına dair örnekler sunulmuştur. Çalışmaya göre; kadınların, kadın bedenlerini cinselleştiren ve sömüren bir kültürde büyümesi kaygı, depresyon ve yeme bozuklukları yaşama olasılığını artırmakta ve kadın bedenlerinin erkeklerin memnuniyeti için var olduğu şeklindeki cinsiyetçi klişeyi güçlendirmektedir. Medyanın kadınları olumlu tasvir etme sorumluluğuna değinilirken çocukluktan itibaren toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya okuryazarlığı eğitimi önerilmiştir (Swift ve Gould, 2021).

Papageorgiou, Fisher ve Crossa (2022) 'Sadece Vücudunuzdan Başka Bir Şey Olmadığınız Mesajını Gönderiyor' başlıklı makalesiyle, sosyal medyanın özellikle kadınları, ilgi çekmek için bedenlerinden başkaca özellikleri olmadığı yanılsamasına sürüklediğini detaylı bir şekilde vurgulamıştır. Papageorgiou vd. (2022) 14-17 yaş arası kadınlarla, görüşme yöntemi ve sosyal medyadaki cinselleştirilmiş görüntülere ilişkin algılarını özetleyen dört tema (gerçekçi olmayan güzellik standartları, kendini nesneleştirme, ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etki, cinsel taciz) kullanarak yaptığı nitel çalışmada, sosyal medyada yer alan cinselleştirilmiş görüntülere sürekli maruz kalmanın gerçekçi olmayan güzellik standartları oluşturduğunu, kendini nesneleştirme ve başkaları tarafından nesneleştirilmeye yol açtığını, zihinsel gelişimleri üzerine olumsuz etki yaptığını ve bunun da düşük özsaygı ve zayıf beden imajına neden olduğunu belirlemişlerdir (Papageorgiou vd., 2022). Son olarak, katılımcılar sosyal medyada cinselleştirilmiş görüntülerin normalleştirilmesi nedeniyle cinsel tacize maruz kaldıklarını bildirmişlerdir. Bu çalışma, ergen kadınların sosyal medyadaki

cinselleştirilmiş imgelerle ilgili algılarına ilişkin içgörü sağlayarak literatüre katkıda bulunmaktadır. Burada önemli husus, içselleştirmedir. Çalışmanın bulguları, cinselleştirilmiş imgelerin ergen kadınların özsaygısı ve beden imajı üzerindeki olumsuz etkisini vurgulayan önceki araştırmalarla tutarlıdır (Cramer vd., 2015; Perloff, 2014). Bu araştırmaların sonuçları, medyanın ve sosyal medyanın cinselleştirilmiş bedenlere özellikle ‘kadınların bedenlerine olan bağımlılığının’ nedenlerinin tartışılmasını kaçınılmaz hale getirmiştir.



BÖLÜM 4

4.1. Tartışma

Bu çalışma, kadın sporcuların temsili açısından medyadaki mevcut eğilimlerin belirlenmesinin önemli olduğu düşüncesiyle tasarlanmış ve özellikle kadın sporcuların cinsel nesneleştirilmesi gerçeği (sorunu), nedenleri ve kadın sporcuların cinsel nesneleştirmeye karşı tutumları mevcut literatürden faydalanarak örnekleriyle açıklanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulguların analiz edilip değerlendirilmesiyle varılan sonuçlar, araştırmanın bu bölümünde sunulmuştur.

Tarihsel süreçte kadın sporcuların medyada yer alma oranları erkek sporcularla karşılaştırıldığında toplumsal cinsiyet ayrımcılığından kaynaklı bir farklılık söz konusudur.

Medyanın çerçeveleme gücü ve etkisi bağlamında, kadın ve erkek sporcuların medya kapsamında yer almasının niceliksel boyutu çok önceki yıllardan bu yana araştırmacıların oldukça ilgisini çeken bir konu olmuştur (Lumpkin ve Williams, 1991; Birrel ve Theberge, 1994; Bishop, 2003; Duncan ve Messner, 2005; Messner ve Cooky 2010). İçerik ve eleştirel analizlerin kullanıldığı bu konudaki çalışmaların çoğunda, kadın sporunun ve kadın sporcunun medya kapsamı erkek sporu ve erkek sporcularla karşılaştırmalı olarak incelenerek sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmacıların bu konuda en çok irdelediği kaynaklar; magazin içerikli, küresel çapta çevrimiçi yayıncılık yapan ve erişime sahip, abone ve takipçisi sayısıyla oldukça popüler Sports Illustrated ve ESPN the Magazine (Audit Bureau of Circulations, 2011) dergilerinin içerik ve kapak sayfaları olmuştur.

Lumpkin ve Williams (1991) tarafından Sports Illustrated'ın 1954-1987 yılları arasını inceleyen çalışmasında cinsiyetle ilişkili makale sayıları arasındaki fark (kadın %8, erkek %90,8) oldukça manidardır. Sonraki yıllarda aynı konu etrafında ve aynı dergilerde yapılan çalışmalar da olduğu gibi benzer sonuçları ortaya koymuştur. Fink ve Kensicki'nin (2002) 1997-1999 yıllarını, Bishop'ın (2003) 1980-1986 yıllarını ve Martin ve McDonald'ın (2012), Sports Illustrated veya ESPN the Magazine'de yayınlanan 1700 civarı dergi kapağını inceleyen çalışmaları, 1990'lardan itibaren kadın sporcuların temsilde %50 civarındaki düşüşü belgelemesinin yanında, uzun yıllar geçmesine ve kadınlar lehine birçok sosyal gelişim ve değişim yaşanmasına

rağmen 2012 yılına kadar medya kapsamı açısından kadın sporcular lehine önemli bir gelişmenin olmadığı anlamına gelir. Bu iki dergi açısından 2012-2016 yılları arasını değerlendiren Frisby (2017), dergilerin kapaklarında kadın sporcuların kapsamının değişmediğini belirleyerek önceki araştırmaların sonuçlarını desteklemiştir. Hatta Murray (2018), Sports Illustrated dergisi kapağında 1954-1965 yılları arasında yer alan kadın sporcu sayısının 2000-2011 yılları arasındakine göre daha fazla olduğunu belirterek kadın sporcu kapsamının azaldığı belirlemiştir.

Cinsiyet ayrımcılığı, dergi içerik ve kapaklarının yanında kadın sporcuların televizyon yayınlarındaki kapsamı açısından da bir gerçek olarak ortaya çıkar ki bazı boylamsal çalışmalar 1989-2009 yılları arasında kadın sporcuların televizyon yayınlarındaki kapsamının büyük oranda azaldığını belirleyerek medya kapsamında cinsiyet ayrımını niceliksel olarak açık bir şekilde ortaya koymuştur (Cooky vd., 2013; Cooky vd., 2015). Medya kapsamında kadına yönelik cinsiyet ayrımı 1979-2010 yıllarını kapsayan çalışmasıyla Sainz de Baranda (2010) tarafından basılı medya, Weber ve Carini (2013) tarafından resimli dergiler açısından doğrulanmıştır.

Kadınların medya kapsamı küresel çapta önemli spor organizasyonları sırasında geçici olarak artsa da erkeklerle kıyaslandığında yetersizdir (Delorme ve Testard, 2015). Bu konuda küresel bağlamda yapılmış en ciddi boylamsal çalışma, diğer araştırmaların sonuçlarını desteklemesinin yanında kadınları ele alan spor olaylarının medya açısından en önemsiz konular arasında görüldüğünü raporlamıştır (WACC, 2015).

Televizyon yayınları açısından yapılan çalışmalar, dünya çapında izlenen çok popüler televizyon kuruluşlarının spor haberlerinde kadın sporlarının yeterince haber yapılmadığı, özellikle erken akşam ve gece haberlerinde kadın sporculara değinilmediği, yayın süresinin büyük bölümü (%91) erkek sporlarına ayrılırken kadın sporcuların hakkına çok küçük bir yüzdenin (% 6,3) düştüğü, kadınlara ayrılan yayın süresinin yıllar geçtikçe sürekli azaldığı sonucuna varılmıştır (Duncan ve Messner, 2005). Yaklaşık 15 yıl boyunca süren bu azalışın sonucunda televizyon yayınlarında kadın sporcu kapsamının %1'e düşmesi (Messner ve Cooky, 2010), medyada kadın sporlarının kapsam olarak yetersiz olduğu, medyanın kapsam açısından kadın ve erkek sporcu arasında ayrım yaptığı iddialarını desteklemiştir. Medya erkek sporcuyla öne

çıkararak, kadın sporcu ve kadın sporunu önemsizleştiren ve değerini düşüren olumsuz tutumuyla, spor gazeteciliğinin ‘herhangi bir demografik grubu diğerlerinden daha fazla haber değeri taşıyor konuma getirmeme’ temel idealine aykırı davranmıştır (Hardin vd., 2006). Maalesef bu şekilde, sporun ve spor gazeteciliğinin erkeksi olduğu düşüncesi güçlendirilirken medya desteğiyle sporun toplumsal cinsiyet kalıplarını teşvik etmesi ve sürdürmesine de yol açılmıştır (Hardin vd., 2006). Sonuç olarak erkek sporcuların medyada ezici ve aşırı temsili, kadın sporcuların zayıf kapsamıyla birleşince kadın sporcular medya yoluyla imha edilişi, aşılması zor bir sosyal gerçeğe dönüşürken (Fink, 2015; MacArthur vd., 2015; Shifflett vd., 2016; Tuchman, 2000) doğal olarak büyük bir kesim tarafından kadın sporlarının popüler olmadığı ve neredeyse yok olduğunu varsayımı oldukça kolaylaşmıştır (Rayburn vd., 2015).

Tarihsel süreçte medya, kadın sporcuları çok açık bir şekilde ve doğrudan cinsel nesneleştirmeye maruz bırakmıştır. Medya kadın sporcuları cinsel nesneleştirmeye maruz bırakırken kadın ve erkeğe uygun sporlar, kıyafetler ve kadın sporcuların cinselleştirilmiş görsellerini kullanmıştır.

Modern sporun ortaya çıkışından uzun yıllar sonrasına kadar medya sadece ‘kadınsı’ spor yapan kadınları dikkate almış, erkek sporlarıyla uğraşan kadınlar medya tarafından özellikle görmezden gelinmiştir. Medyada yer alan kadın sporcularla az sayıda makalede çokça görsel kullanılması ayrıca dikkat çekici bulunmuştur. Medyaya bakılırsa erkekler daha çok yazılmayı, kadınlar ise daha çok görselleştirilmeyi hak etmiştir (Lumpkin ve Williams, 1991).

1988’lerden günümüze kadar yapılan çalışmalar, medyanın kadın sporcuları özellikle görsel içeren haber ve kapak görselleriyle cinselleştirdiğini, bu görsellerin çoğunda kadın sporcuların fiziksel çekicilikleri yansıtılırken erkek sporcuların özellikle spor becerilerinin öne çıkarıldığı (Duncan, 1990; Messner ve Cooky, 2010), kadınların ise genellikle spor ortamıyla ilişkili olmayan görsellerle sportif yetenek ve becerilerinin gizlenerek “pasif kadın sporcu” algısı yaratıldığı kanıtlamıştır (Kane, 1988; Duncan, 1990; Koivula, 1999).

Üstelik kadın sporcuları cinselleştiren, mahremiyetlerini ihlal eden ve onurlarını zedeleyen, bir tür cinsel taciz olarak kabul edilebilecek bu görsellerin çoğu zaman sporcunun izni ve haberi olmadan elde edilmiş, kadın sporcuların iyiliğini gözetmeden medya ortamında paylaşılıp dolaştırılmıştır. Bu görseller, kadınları nesne

olarak gören, toplumsal cinsiyet kalıplarını güçlendiren bir kültürün sürdürülmesine ve pekiştirilmesine ön ayak olmuştur (Rice ve Galbraith, 2008). Görseller yoluyla spor alanında erkek baskınlığına katkıda bulunulurken (ör. Bishop 2003; Jones, 2010; Lumpkin, 2007) kadın sporcuların spor performansı ve statüsüne ilişkin yanlış algılar da devam etmiş (Kane, 2011; Kane vd. 2013; Daniels, 2012; Kim ve Sagas 2014) ve kadın sporunun değeri (Godoy-Pressland ve Griggs 2014; Kane, 2011) olumsuz etkilenmiştir.

Farklı medya organları ünlü kadınların cinselleştirilmesine ilişkin örneklerle doludur. Elbette medya, kadın sporcuyla görsellerle cinselleştirirken herkesçe bilinen, merak ve takip edilen ünlü kadın sporcuları gündemine almıştır. Bu sporcular cinsellik içeren fiziksel görüntüler, abartılı ve seksi spor kıyafetleriyle birlikte sunulurken cinsellik ve cinsiyet statüsü, medya tarafından kadın sporcuların temsilde merkeze oturtulmuştur (Bowman ve Daniels, 1995). Medya kadın sporcuyla kullandığı görsellerle cinsellik merkezine oturturken sporcu kadınların görsel tacizi kadar sözle taciz edilmesine de ortam yaratmıştır. Örneğin Tayla Harris sadece bir müsabakadaki görselinin medyada yayınlanması sonrasında okuyucuların ve izleyicilerin her türden cinsel tacizine maruz kalırken (BBC, 2004), Serena Williams, görünüş veya fiziksellikinden ziyade (heteroseksüel bir anne olmasına rağmen) cinsiyet kimliğiyle ilgili yorumlarla taciz edilmiş (Litchfield vd., 2018), medya temsilleriyle ötekileştirilmiştir (Douglas, 2002; Hobson, 2003; Schultz, 2005; Spencer, 2004). Maria Sharapova çok başarılı bir tenisçi olmasına rağmen medya onu daha çok geleneksel kadınsı görünümü, güzelliği ve müsabaka esnasında topa vururken çıkardığı sesle temsil ederek cinselleştirilmiş (Chiari, 2015; Prince, 2015) ve cinsel tehdit boyutuna (Litchfield vd., 2016) varan istismarlara hazır hale getirmiştir. Maria Sharapova'nın aksine medyanın yetenekli bir sporcu olmaktan ziyade cinsellik sembolü olarak öne çıkardığı Anna Kournikova ile kadınların spordaki değerinin öncelikle fiziksel görünüme dayandığı mesajı iletilmiştir (Liang, 2011). Sharapova'nın medyada yer alma oranları ve sponsorluk gelirlerinin çok daha ünlü sporcuların üstünde olması, bu mesajın alındığının kanıtı olmuştur (Harris ve Clayton, 2002). Ünlü tenisçi Amelie Mauresmo fiziği, gücü, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelimleri nedeniyle medyanın ve takipçilerinin eleştiri ve istismar hedefine girmiştir (Koivula, 1999).

Kadın sporcuların cinselleştirilmesine yönelik bazı girişimler neticeye ulaşamamış, sporcuların fiziksel/cinsel görüntülerinin medyada temsili engellenememiştir (Cranmer vd., 2014; Kim ve Sagas, 2014; Vincent, 2003; Vincent vd., 2007; Weber ve Barker-Ruchti, 2012). Medyada yer alan cinselleştirilmiş görsellerin kadın sporları veya kadın sporcuların performansına ilişkin algı açısından olumlu bir etkisinin mümkün olmadığı sıkça belirtilse de (ör. Kane, 2011) Sports Illustrated'ın mayo sayısında sporcular ve modellik yapan kadınların birlikte poz vermesi (Kim ve Sagas, 2014), medyanın kadın sporcuyu cinselleştirmesinin önüne geçmenin oldukça zor bir süreç olduğunu göstermiştir.

Tarihsel süreçte kadın sporcular, medyanın kendilerini cinselleştirmesine farklı tepkiler vermiştir.

İnsanlar kendilerini başkalarıyla özellikle de medyadakilerle karşılaştırarak değerlendirmektedir. Medyanın sporcu kadınları birer modelmiş gibi temsil etmesi sonucunda oluşan cinselleştirilmiş tasvirler, özellikle kadınlar ve namzet kadın sporcu adaylarında ortaya çıkan olumsuz beden imajı, kendini nesneleştirme, fiziksel ve ruhsal sağlık, dikkat, hafıza ve uzamsal biliş gibi işlevlerde bozulma ve düzensiz beslenme alışkanlıklarıyla ilişkilendirilmiştir (Harrison ve Fredrickson, 2003; Bissell, 2004; Bae, 2013; Grabe vd., 2008; Ward, 2016; Perloff, 2014; Swift ve Gould, 2021; Papageorgiou vd., 2022).

Bu sonuçlar medyanın kadın sporcuyu cinselleştirmesinin muhatapları üzerindeki genel etkilerini açığa çıkaran çalışmalardır. Burada üzerinde durulması gereken asıl konu, medya tarafından uygulanan cinselleştirmeye kadın sporcuların bireysel olarak nasıl tepki verdiğidir. Tarihsel süreç içerisinde buna ilişkin birçok örnek çalışmaya göre kadın sporcuların tepkilerinin ortak olmaması ve bireysel düşünceleriyle ilişkili olarak farklılaşması söz konusudur.

Davis'in (2001), sporun cinselleştirme için uygun bir ortam yarattığı şeklindeki iddiasını reddetmek çok mümkün gözükmemektedir. Spor faaliyetinin kendinden kaynaklandığında normal olan cinsellik, spor esnasında belirli vücut bölgelerinin cinsel haz yaratmak için görsellenerek cinselleştirmesi yani vücudun nesneleştirilmesi ile anormalleşir (Davis, 2001). Sporcuyu özerklikten yoksun bırakan ve bedensel bütünlüğü ortadan kaldıran nesneleştirme, bir kişinin rızasıyla da kendi kendini cinsel nesneleştirme olarak görülebilir (Nussbaum, 1995) ve çalışmamızın sonucunda spor

ortamında sıkça rastlanan bir durum olduğu anlaşılmıştır. Örneğin Li vd., (2021), farklı spor dallarından profesyonel kadın sporcuların Instagram paylaşımlarında kendilerini ağırlıklı şekilde fiziksel çekiciliklerini kullanarak ‘pazarladıklarını’ ve sporcu olmanın sorumluluklarını unutarak birer sosyal medya fenomenine dönüştüklerini ileri sürmüştür. McNair (2002) ve Carty (2005), medyanın ‘striptiz kültürü’ ve ‘porno şıklığı’ kavramlarını toplumsal olarak kabul ettirdiğini hatta rağbet görür hale getirdiğini belirtirken Pfister (2001), sporcu kadınların sporcu kıyafetleri ve vücut hareketleriyle erotizm yaratıklarını vurgulamıştır. Çok sayıda araştırmacı, birçok kadın sporcunun medyada cinselleştirilmekten rahatsız olmadıkları hatta buna onay verdikleri yönündeki tespitlere destek vermiştir (ör. Nussbaum, 1995; Pfister, 2001). Örneğin attığı gol sonrası formasının üstünü çıkaran Brandi Chastain’in hareketi sporculuktan ziyade cinselliği kasıtlı biçimde vurgulayarak kendini pazarlama stratejisidir (Carty, 2005). Chastain, Gear dergisinde yayınlanan reklam için verdiği çıplak pozla ve sahip olduğu bu güzel vücudu sergilemekten duyduğu gururu belirterek Carty’nin (2005) düşüncelerini teyit etmiştir (Sullivan, 1999). Sports Illustrated için 2002 yazında üstsüz bir poz veren Jenny Thompson da benzer gerekçeleri öne sürerken Gear ve Sports Illustrated dergilerinin ağırlıklı olarak erkek okuyucu kitlesini hedeflediğini unutmamak gereklidir (Carty, 2005). Post-feminist açıdan kadın sporcuların bu tip temsilleri, güçlendirici ve özgürleştiricidir; kadınlar böylece kendi bedenlerini haz, güç, özgürlük ve meşrulaştırma kaynağı olarak yeniden değerlendirme olanağı bulmuştur (Goldman, Heath ve Smith, 1991). Kasların, vakar ve irade gücü sağladığını savunan Bruback’a göre (1996) sıradan bir kadında mevcut olan cinsel çekicilikle karıştırılmamalıdır, sporcu kadının bedeninin takdir edilmesini sağlar. Kızak sporcusu Jean Racine, cinsel çekicilik ve cesaretin karışımı şeklinde tanımlanırken artistik patinajcı Michelle Kwan’ın performansı zayıf olsa da zarif kadın tarzıyla sponsorların ve reklamcılarının ilgisini çekmiştir (Ferla, 2002).

Kadın sporcular, egzersizlerle gelişen kaslı ve cazip vücutlarını göstermek için gönüllü olarak poz veriyor olsalar da sporla şekillenen bu yeni vücut tiplerinin önce erkekler tarafından kabul edilmesi ve ardından cinsel nesnelere dönüştürülmesi gerekmiştir. Ağırlıklı olarak medya kontrolünde gerçekleşen cinselleştirme girişimleri, kadın sporcuların başarılarını baltalayan ve etik olmayan eylemler olarak görülmüştür (Kim ve Sagas, 2014).

Kadın sporcular arasında medya tarafından cinselleştirilmeye kesinlikle karşı çıkan ve bu nedenle spor kariyerlerini bitirme riskini göze alanların da olduğunu unutmamak gerekir. Örneğin cimnastikçi Sarah Voss, kadının cinselleştirilmesine karşı, vücudunu tek parça mayo ile tamamen kapatarak bir duruş sergilemiştir. Bu eylem, takım arkadaşları ve ülke federasyonu tarafından da ‘cinselleştirmeye’ karşı bir duruş olarak destek görmüştür (The Conversation, 2021). Norveçli kadın plaj hentbolcularının diskalifiye ve para cezasını göze alarak bikini altı giymeyi reddedip müsabakalara tayt şort ile çıkma protestosu, Danimarka Parlamentosu (NBC News, 2021) ve Avrupa milletvekillerin de girişimleriyle karşılığını bulmuştur. Norveçli sporcuların sergiledikleri duruş, anlamsız dayatmalara ve normlara bir karşı çıkış olmasının yanında kadınlar açısından daha kucaklayıcı bir spor kültürünün gerekliliğini akla getirmiştir. Oyuncuların protestoları ve girişimleri sonucunda bikini tarzı giyim, kadın plaj hentbolu oyuncuları için zorunlu olmaktan çıkarılmıştır (The Associated Press, 2021).

BÖLÜM 5

5.1. Sonuç ve Öneriler

5.1.1. Sonuç

Tarihsel bağlamda incelenen kaynaklar, medyanın kültürü yansıtmaya ve şekillendirmeye muktedir olduğunu açık bir biçimde ortaya koyar. Spor da tıpkı medya gibi benzer toplumsal etkileri yaratabilme kapasitesine sahiptir. Bu iki sektörün bir araya gelmesi ve ortak bir amaç doğrultusunda iş ve güç birliği yapması, çok daha işlevsel yeni bir yapının oluşumuna yol açmıştır. Spor ve medya arasında kurulan sembiyotik ilişki öyle perçinlenmiştir ki bunların artık bağımsız bir şekilde mevcut toplumsal etkileri yaratmaları ve sürdürmeleri muhtemelen olanaksızlaşmıştır.

Tarihsel süreçte spor, toplumu beyaz ve heteroseksüel olarak cinsiyetlendirmede önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Batı toplumunda spor, erkek egemenliğini pekiştirmek için kullanılan bir nevi ‘erkek kulübü’ işlevi görmüştür; özellikle erkek ayrıcalığını ve toplumsal kimliğin erkeksi alt metnini sağlamlaştırmıştır. Dünyanın büyük bölümünde spor, erkekler ve kadınlar arasındaki biyolojik farklılığa ilişkin ikili kavramlar etrafında örgütlenirken iki cinsiyet arasında var olduğu kabul edilen fark ve ayrım, aralarındaki belirgin ve doğal farklılıkların varlığı kadar varlığına ilişkin varsayımlarla da ortaya çıkarmıştır. Bu iki cinsiyetli toplumsal yapının doğal olmaktan ziyade ideolojik bir temele dayandırılmış olması ve bu ideolojinin toplum tarafından sürekli beslenmesi, erkek ve kadın bedenleri arasında keskin bir biyolojik ayrımın olduğu görüşünün yayılmasında çok etkili olmuştur. Yani toplumsal bağlamlarda üretilen bu ideoloji, toplumsal beklentiye uygun erkek ve dişi bedenlerini yaratmaya çalışırken kadınların fiziksel gelişimini yok etme pahasına erkeklerin fiziksel ve sportif yeterliğine ayrıcalık tanımıştır. Cinsiyet farkı ve ayrımı ideolojisi, ataerkil toplumsal yapı tarafından üretilmiştir. Spor yoluyla hegemonik erkeklik tanımlanmış, güçlendirilmiş, pekiştirilmiş ve beyaz heteroseksüel erkeğin toplumsal olarak üstün cinsiyet olduğu algısı, tüm bireyleri etkisi altına alacak şekilde oluşturulmuştur. Ancak ortaya çıkan ürün öyle uzun ömürlü olmuştur ki etki şiddeti, yer ve kültüre bağlı değişmekle birlikte günümüzün modern dünyasında bile görülmeye devam etmiştir. Spor, erkek ve kadın bedenleri arasındaki farklılıkları vurgulayarak ‘erkeksi’ üstünlüğe reverans yaparken erkekleri orantısız bir şekilde

ödüllendirerek cinsiyet eşitsizliğini normalleştirmiştir. Erkeklerin egemen olduğu, cinsiyete göre ayrılmış iki cinsiyetli yapının spor aracılığıyla doğallaşması ve kurumsallaşması, spor dünyasında kadınların kültürel ve ekonomik olarak marjinalleştirilmesini beraberinde getirmiştir. Kadın sporu ve kadın sporcuların marjinalleştirilmesinde medya da en az spor kadar rol oynamıştır.

Medya esasen erkek egemen şekillenen ortamının müsaade etmemesi nedeniyle birçok kültüre ve topluma nüfuz eden, sporun kadınları da kapsadığını ve onların da katkı sağladığını uzun yıllar boyunca ve çoğu zaman istemli bir şekilde görmek istememiştir. Sporun medya tarafından ele alınış biçimini inceleyen çalışmalar, ekonomik ve toplumsal güçler arasındaki ilişkinin dengeyi sağlayabilmek için erkek sporlarını önemli, gerekli ve gerçek toplumsal olaylar haline getirmede oldukça cömert davranırken kadın sporcuya ve sporuna karşı oldukça pinti bir tutum izlemiştir. Kadınlar bu kez, spor ortamında rahat hissettikleri, erkeklerden ve onların bakışlarına maruz kalmadan performans sergilemelerine olanak sağlayan kıyafetleri seçme haklarının tanınması için yeni bir mücadele içine girmişler, tekrar tekrar mücadele etmek zorunda kalmışlardır.

Kadın sporunun önemi zamanla giderek artmış, kadınlara ve spora yönelik geleneksel bakış açısına karşı verilen mücadele ivme kazanmış ve kadınlar açısından tam anlamıyla beklentileri karşılamasa da bazı somut ve faydalı sonuçlar elde edilmiştir. Bu şekilde kadın sporu, erkek sporunun gölgesinden bir nebze çıkmayı başarmış ancak spor ve medya el birliğiyle toplumsal cinsiyet ayrımcılığını ve toplumsal normları yaşatmaya ve yansıtmaya devam etmiştir. Diğer bir deyişle kadın sporcuya uygulanan toplumsal ayrımcılık sona ermemiş, kadın sporculara dayatılan kıyafet gereklilikleri, medya kapsamı ve cinselleştirme gibi tutum ve eylemlerle toplumsal olarak yeniden üretilmiştir.

Kadın sporcuların temsili açısından medyadaki mevcut eğilimlerin belirlenmesinin önemli olduğu düşüncesiyle tasarlanan ve özellikle kadın sporcuların cinsel nesneleştirilmesini, bunun nedenlerini, cinselleştirmenin sıklıkla hangi yollarla yapıldığını ve kadın sporcuların cinsel nesneleştirmeye karşı tutumlarını mevcut literatüre değerlendirdiğimiz bu çalışmadan elde edilen bulguların değerlendirilmesiyle varılan sonuçlar aşağıda özetlenmiştir:

1. Çalışmamızın amaçlarından biri, medyada kadın sporcuların niceliksel kapsamını cinsiyet farklılıklarını göz önünde bulundurarak erkek sporcularla karşılaştırmalı olarak belirlemektir. Sonuçlar, her iki cinsiyetin niceliksel medya kapsamı arasında erkek sporcular lehine çok büyük bir farkın olduğunu ortaya koymuştur. Bu açıdan, kadın sporcular lehine uzun yıllar içinde çok az bir iyileşmeden söz edilebileceği veya yıllar içinde meydana gelen toplumsal gelişim ve değişimlerle birlikte değerlendirildiğinde kadın sporcuların beklentilerini karşılayacak düzeyde bir iyileşmenin olmadığı sonucuna varılmıştır.

2. Çalışmamızda, medyanın kadın sporcuları toplumsal cinsiyet ayrımcılığına ve cinselleştirmeye yani cinsel nesneleştirmeye maruz bırakıp bırakmadığı yanıtı beklenen bir araştırma sorusuydu. Amaca uygun olarak yapılan incelemeler neticesinde, medyanın özellikle erkek sporcularla karşılaştırıldığında kadın sporcuları açık ve kesin bir şekilde toplumsal cinsiyet ayrımına ve cinsel nesneleştirmeye sıkça ve şiddetli bir şekilde maruz bıraktığı sonucuna varılmıştır.

3. Çalışmamızın sonuçlarına göre, kadın sporcuların medya tarafından aleni bir biçimde sistematik toplumsal cinsiyet ayrımına ve cinsel nesneleştirmeye tabi tutulmasının birincil nedeni hem toplumsal yaşam hem de sporda geleneksel 'erkek baskın' yapının mevcudiyetinin korunma çabaları olmuştur. Bu çabalar, önceleri ve çoğu zaman fütursuzca ve doğrudan ortaya konulurken modern dünyada, bazı karşı tepkileri yumuşatmak ve bu tepkilere değer veriliyormuş, dikkate alınıyormuş hissi yaratmak için zaman zaman dolaylı ve örtülü bir biçimde medya eliyle sürdürülmüştür.

4. Çalışmamızın yanıt bekleyen bir diğer araştırma sorusu, medyanın kadın ve erkek sporcular arasında hangi yöntemleri kullanarak ayrımcılık yaptığına ilişkindir. Madde 1'de açıklandığı gibi bu yollardan biri, medyanın erkek sporcuları ve erkeklerle ilgili sporları, kadın sporcu ve kadın sporlarına kıyasla kapsamına abartılı biçimde fazla almasıydı. Bu yöntemlerden bir diğerinin, kadın sporcuların spor kıyafetleri aracılığıyla toplumsal cinsiyet ayrımcılığına tabi tutulmaları olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak kıyafet konusunda medyanın birbiriyle çelişen yaklaşımları dikkat çekmiştir. Medya bir taraftan spor performansını olabildiğince kısıtlamasına rağmen toplumsal norm ve beklentilere uygun kıyafet tarzlarını dayatarak kadın sporcunun 'kadınsılığını' korumaya çalışırken diğer taraftan sporcu kadını olabildiğince cinsel,

erotik hatta pornografik içerikli görsellerle yansıtarak cinselleştirmiştir. Medyanın, iki cinsiyet arasında ayrımcılık yapmak için kullandığı en etkili ve belki de en güncel yöntemin, kadın sporcuları medyada yer alan görsellerle spordan uzak bir ikinci plana itmek, böylece kadın sporcuyu ve sporunu önemsizleştirmek ve cinselleştirmeye maruz bırakmak olduğu sonucuna varılmıştır.

5. Çalışmamızda yer alan bir diğer araştırma sorusuyla kadın sporcuların medya tarafından maruz bırakıldıkları ve istismar boyutuna varan cinselleştirme girişimlerinin etkileri anlaşılmaya ve kadın sporcuların bu girişimlere nasıl tepki verdikleri cevaplanmaya çalışılmıştır. Bulguların değerlendirilmesi neticesinde, öncelikle medyanın sporcu kadınları ideal kadın fizikselliliğiyle sunmasının yaratacağı kültürel baskının, kadınların ve diğer sporcu kadınların kendilerini ister istemez medyadakilerle karşılaştırarak ‘idealmiş’ gibi sunulan bu güzellik standartlarına ulaşma derdine düşmesine, yaratılan hayali ve muhtemelen ulaşılması olanaksız standartların olumsuz beden algısı ve kaygısına ilaveten kendini nesneleştirmeye neden olacağı sonucuna varılmıştır. Tüm bunlar, kadın sporcuların fiziksel ve ruhsal sağlığını zayıflatan bir ortam yaratmıştır.

6. Bu çalışma aynı zamanda medya tarafından gerçekleştirilen cinselleştirilmeye, kadın sporcuların verdikleri tepkileri de ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Sonuçlarımıza göre kadın sporcuların tepkileri iki uçludur. Bir grup sporcu, medya tarafından cinselleştirilmeyi kesinlikle kabul etmemekte, gerekirse kuralları zorlayarak daha kapalı kıyafetlerle medya istismarının üstesinden gelmeye çalışmaktadır. Bu kadın sporcular, medyanın bu tutumunun kesinlikle ve tartışmasız biçimde kişisel hakların ihlali anlamına geldiğini düşünmekte, sporcu kimliklerinin ciddiye alınmamasını ve sadece bedenleriyle pazarlanmaya çalışılmasına karşı koymaktadırlar. Diğer taraftan bazı sporcuların özellikle sosyal medya platformları üzerinden yaptığı kişisel gönüllü paylaşımların da ortaya koyduğu gibi, görünürlük ve takip edilme sayılarını artırmak için kendilerini cinselleştiren paylaşımlar kasıtlı olarak yapılmaktadır. Bu sporcular, benzer amaçlar doğrultusunda medyanın da kendilerini cinselleştiren paylaşımlarından rahatsızlık duymamakta hatta bu tip paylaşımları, kendi kariyer gelecekleri açısından olumlu ve gerekli görmektedirler. Bazı kadın sporcular açısından medyaya erotik ve/veya çıplak poz vermek bireysel özgürlüğün

sonucudur ve kendi çıkarlarına uyduğu için cinsel bir nesne olarak görülmekte sakınca bulunmamaktadır.

7. Çalışmamızın sonuçlarına göre, medya kadın sporculara kışkırtıcı kıyafetler ve cinselleştirilmiş görsellerle spor ortamında veya dışarıda yer vermeye devam ettiği sürece bu temsillerin sporcu kadın, cinselleştirme, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve rolleri hakkındaki basmakalıp fikirleri beslemeye devam edeceği sonucuna varmak mümkün ve makuldür.

8. Kadın sporcuların cinselleştirilmiş görsel ve görüntülerinin, hayranlarının kadın sporcuları ve sporlarını küçümsemeye, değersizleştirmeye ve tamamen göz ardı etmeye teşvik edebileceği sonucuna varılabilir.

9. Haberlerde ve kapak sayfalarında onlarca kadın sporcunun görsellerine yer verilmiş ve bunların çoğu, okuyucuyu spor temasından çok cinselliğe kilitleyen içerikte yansıtılmıştır. Okuyucunun bu görsellerle karşılaştığı anda konu edinilen kadın sporcunun yaptığı sporu ve onun ne kadar başarılı bir sporcu olduğunu mu akla getirdiği yoksa sunulan kadın bedeninin cinsel çağrışımına mı kapıldığı, sorulması gereken ama bu tez araştırmasının kapsamında olmayan sorulardan biri olarak halen cevap beklemektedir.

5.1.2. Öneriler

Bu sonuçlara göre aşağıda maddelenen önerilerde bulunulmuştur:

1. Öncelikle cinsel nesneleştirme ve sömürü mesajları ileten cinselleştirilmiş görseller, fiziksel ve duygusal zarar, cinsiyet eşitsizliği ve cinsiyetçi klişelerin devam etmesine neden olduğu için küresel bir sorun olarak görülmelidir.

2. Medyanın cinselleştirilmiş görüntülerine sürekli maruz kalanların gerçekçi olmayan güzellik standartları oluşturarak kendini nesneleştirme ve başkaları tarafından nesneleştirmeye açık hale gelmesi söz konusudur. Kendini nesneleştirmenin olumsuz etkilerini azaltmak için medya ve spor kuruluşları kadın sporcuların olumlu ve güçlü rol modellerle temsillerine öncelik vermelidir.

3. Medyada kadınların cinselleştirilmesi sorununa daha dikkatli yaklaşılması açısından özellikle genç kadınların medya platformlarında sunulan cinselleştirilmiş imgeleri sorgulama ve eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi

için çocukluktan itibaren toplumsal cinsiyet eşitliği ve medya okuryazarlığı eğitimi ve girişimleri teşvik edilmelidir.

4. Medya endüstrileri, spor organizasyonları ve ebeveynlere, kadın sporcuların daha olumlu temsillerine olan ihtiyaç hatırlatılmalı ve bunlar ortak sorumluluğa davet edilmelidir.

5. Sporda cinsiyete dayalı beklentileri ve cinselleştirmeyi engelleyen, kadın sporcular için daha kapsayıcı ve eşitlikçi bir spor ortamı yaratmak için daha güncel politikalara gereksinim vardır; politika yapıcılar ve spor organizasyonlarına bu konuda önemli sorumluluklar düşmektedir.

6. Okuyucular, izleyiciler ve takipçiler de kadınları cinsel nesneleştirmeye maruz bırakan medya yayınlarına tepki vermeli, karşı çıkmalı ve cinsiyetçilikle mücadele eden girişimleri desteklemelidir.

7. Medyanın ve sosyal medyanın cinselleştirilmiş bedenlere özellikle kadınların bedenlerine olan bağımlılığının nedenleri bilimsel olarak daha çok incelenmeli ve tartışılmalıdır.

8. Kadın sporcular açısından bazı olumlu adımlar atılmış olsa da spor endüstrisinde kadınlar için zorluklar devam etmektedir. Kadın sporcular medyada erkekler kadar ve cinselleştirilmeden temsil edilmeli, fiziksel görünümleri spor başarılarının önüne geçmemeli, ücret ve sponsorluk olanaklarında mümkün olan eşitlik sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

APA. (2007). *Report of the APA task force on the sexualization of girls*. Washington, DC: American Psychological Association. <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>, erişim: 22.12.2024.

Angelini, J., & Andrew, B. (2010). An agenda that sets the frames: Gender, language, and NBC's americanized olympic telecast. *Journal of Language and Social Psychology* 29 (3), 363-385. <https://doi.org/10.1177/0261927X1036883>

Aubrey J. S. (2006). Effects of sexually objectifying media on self-objectification and body surveillance in undergraduates: Results of a 2-year panel study. *Journal of Communication*, 56, 366-386. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00024.x>

Audit Bureau of Circulations (2016). *Consumer Magazine circulation averages*. <http://www.auditbureau.org/>, erişim: 04.09.2024.

Badenhausen, K. (2016). \$30 Million a year on the line for Maria Sharapova after failed drug test. *Forbes Magazine*, 7th March. <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2016/03/07/30-million-a-year-on-the-line-with-maria-sharapovas-drug-news/#32cca1021839>, erişim: 07.09.2024.

Baggett, D. (Ed.). (2010). *Tennis and philosophy: What the racket is all about* (1st ed.). University Press of Kentucky. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt130jjtq>, erişim: 11.11.2024.

Bailey, K. D. (1987). *Methods of social research*, 3rd Edition. London: Collier Macmillan. <https://trove.nla.gov.au/work/10908767/version/266134813>, erişim: 09.10.2024.

Barthes, R. (1977). *Image, music, text* (S. Heath, Trans.). New York: Hill & Wang.

BBC. (2004, 16 January). *Women footballers blast Blatter*. <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/3402519.stm>, 07.09.2024.

BBC. (2021, 20 July). *Olivia Breen: World champion para-athlete left angry after official said her shorts were 'too revealing'*. <https://www.bbc.com/sport/disability-sport/57887715>, erişim: 04.02.2025.

Beasley, B., & Collins Standley, T. (2002). Shirts vs. skins: Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video games. *Mass Communication and Society*, 5(3), 279-293. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_3

Begue, L., Sarda, E., Gentile, D., Bry, C., & Roche, S. (2017). Video games exposure and sexism in a representative sample of adolescents. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00466>

Bell, J. (1987). *To play the game: An analysis of sports*. New Brunswick: Routledge.

Benokraitis, N. V., & Feagin J. R. (1995). *Modern sexism: Blatant, subtle, and covert discrimination*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bishop, R. (2003). Missing in action: Feature coverage of women's sports in sports illustrated. *Journal of Sport & Social Issues*, 27, 184-194. <https://doi.org/10.1177/0193732502250718>

Bissell, K. L. (2004). Sports Model/Sports Mind: The Relationship Between Entertainment and Sports Media Exposure, Sports Participation, and Body Image Distortion in Division I Female Athletes. *Mass Communication and Society*, 7(4), 453-473. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0704_5

Boles, J. K. (1989). A policy of our own: Local feminist networks and social services for women and children. *Policy Studies Review*, 8(3), 638-647. <https://doi.org/10.1111/j.1541-1338.1989.tb00985.x>

Boswell, L. (2004). Olympians posing nude, poses questions. *ESPN*. <http://sports.espn.go.com/espn/page3/story>, erişim: 09.10.2024.

Bowman, A., & Daniels, D. (1995). A shifting gaze? The changing photographic representation of women athletes. *Canadian Woman Studies*, 15 (4), 84-88.

Boyle, R., & Haynes, R. (2009). *Power play: sport, the media and popular culture*. Edinburgh: University Press.

Bruce, T. (2013). Reflections on communication and sport: On women and femininities. *Communication & Sport* 1 (1-2), 125-137. <https://doi.org/10.1177/2167479512472883>

Burgess, M. C., Stermer, S. P., & Burgess, S. R. (2007). Sex, lies, and video games: The portrayal of male and female characters on video game covers. *Sex Roles*, 57, 419-433. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9250-0>

Buyse, J. A. M., & Embser-Herbert, M. S. (2004). Constructions of gender in sport: An analysis of intercollegiate media guide cover photographs. *Gender and Society*, 18, 66-81. <https://doi.org/10.1177/0891243203257914>

Cahn, S. (1994). *Coming on strong: Gender and sexuality in twentieth-century women's sports*. New York: Free Press.

Campbell, W. P. (2006). *When the girls came out to play: The birth of American sportswear*. University of Massachusetts Press. <https://core.ac.uk/download/pdf/13640706.pdf>, erişim: 08.07.2024.

Capranica, L., Minganti, C., Billat, V., Hanghoj, S., Piacentini, M. F., Cumps, E., & Meeusen, R. (2005). Newspaper coverage of women's sports during the 2000 Sydney Olympic games: Belgium, Denmark, France, and Italy. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 76(2), 212-223. <https://doi.org/10.1080/02701367.2005.10599282>

Carty, V. (2005). Textual portrayals of female athletes: Liberation or nuanced forms of patriarchy? *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 26(2), 132-155. <http://www.jstor.org/stable/4137402>, erişim: 13.11.2024.

Carvalho, J., Preston, T., Pokrywczynski, J., & Kirby, N. (2012). The evolution of "the toy department": A content analysis of newspaper sports sections since 1956. *Journal of Sports Media*, 7(2), 61-73. <https://dx.doi.org/10.1353/jsm.2012.0011>

Chiari, M. (2015). Serena Williams, Maria Sharapova top Forbes list of highest-paid female athletes. *Bleacher Report*, August 12. <http://bleacherreport.com/articles/2545981-serena-williams-maria-sharapova-top-forbes-list-of-highest-paid-female-athletes>, erişim: 23.10.2024.

CNN. (2021, 19 July). *Paralympian Olivia Breen angered after official said her sprint shorts were 'too short'*. <https://edition.cnn.com/2021/07/19/sport/olivia-breen-shorts-briefs-intl-scli-gbr/index.html>, erişim: 27.09.2024.

Coche, R., & Le Blond, O. (2018). Is the world ready for a woman coaching a top male athlete? Analysis of online reactions to Mauresmo's appointment as Murray's coach. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 69, pp. 9-17). Pergamon.

Constanzo M. (2002). One can't shake off the women: Images of sport and gender in Punch, 1901-1910. *The International Journal of the History of Sport*, 19(1), 31-56. <https://doi.org/10.1080/714001704>

Cooky, C. (2018). *Gender, sport and media between the mid-1980s and early 2000s: Developments, trajectories and transformations*. In: Mansfield, L., Caudwell, J., Wheaton, B., Watson, B. (eds). *The Palgrave Handbook of Feminism and Sport, Leisure and Physical Education*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/978-1-137-53318-0_9

Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women play sport, but not on TV: A longitudinal study of televised news media. *Communication & Sport*, 1(3), 203-230. <https://doi.org/10.1177/2167479513476947>

Cramer, E. P., Steinwert, T., & McFadden, C. (2015). Gender norms, self-objectification, and self-esteem in college women. *Psychology of Women Quarterly*, 39(2), 215-227. <https://doi.org/10.1177/0361684314540599>

Cranmer, G. A., Brann, M., & Bowman, N. D. (2014). Male athletes, female aesthetics: The continued ambivalence toward female athletes in ESPN's the body issue. *International Journal of Sport Communication*, 7(2), 145-165. <https://doi.org/10.1123/IJSC.2014-0021>

Çolak, R. (2012). *Literatür taraması nasıl yapılır?* <http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kok/bilimselarastirmateknikleri.pdf>, erişim: 27.11.2024.

Daily Mail-Mail Online. (2021, 26 July). Now gymnasts ditch their leotards: German women's team take a stand against 'sexualisation' as the only team wearing full-body suits at the Olympic qualifiers-after row over beach handball shorts.

<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-9825707/German-womens-gymnastics-team-wear-body-suits-Olympic-qualification-rounds-Tokyo.html>, erişim: 08.03.2025.

Daniels, E. A. (2012). Sexy versus strong: What girls and women think of female athletes. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 33(2), 79-90. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2011.12.002>

Daniels, E. A. (2018). Sport media portrayals of female athletes and the effects of sexualization on girls. In N. M. LaVoi (Ed.) *Developing physically active girls: A multidisciplinary evidence-based approach* (pp. 177-189). Minneapolis: Tucker Center for Research on Girls & Women in Sport.

Daniels, E. A., & LaVoi, N. M. (2013). Athletics as solution and problem: Sports participation for girls and the sexualization of women athletes. In E. L. Zurbriggen & T.-A. Roberts (Eds.), *The sexualization of girls and girlhood: Causes, consequences, and resistance* (pp. 63- 83). New York: Oxford University Press.

Davis, P. (2001). Sexualization and sexuality in sport. In Morgan J, Meier KV and Schneider AJ (Eds). *Ethics in Sport* (85-291). Champaign, IL: Human Kinetics,

Davison, K. G. (2000). Boys' bodies in School: Physical Education. *The Journal of Men's Studies*, 8(2), 255-266. <https://doi.org/10.3149/jms.0802.255>

Davison, K. G, & Frank, B. (2007). Sexualities, genders, bodies and sport: Changing practices of inequity. In *Sport and Gender in Canada, Second Edition*, Toronto: Oxford University Press Canada.

Moreno, J. G, Haro, M. J. T., & Piqueras, C. C. (2025). Español Un viaje teórico y feminista sobre las mujeres definidas como objetos desde El segundo sexo (1949). *Feminismo/s*, (45). <https://doi.org/10.14198/fem.PRUEBA>.

Delorme, N., & Testard N. (2015). Sex Equity in French Newspaper Photographs: A Content Analysis of 2012 Olympic Games by L'Equipe. *European Journal of Sport Science* 15(8), 757-763. <https://doi.org/10.1080/17461391.2015.1053100>

Dever, A. (2010). *Spor Sosyolojisi*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.

DLA Piper. (2024, 01 February). *Women's sportswear: A step towards emancipation*. <https://mse.dlapiper.com/post/102iyco/womens-sportswear-a-step-towards-emancipation>, erişim: 23.07.2024.

Douglas, D. D. (2002). To be young, gifted, black and female: A meditation on the cultural politics at play in representations of Venus and Serena Williams. *Sociology of Sport Online*, 5(2), 1-16.

Douglas, D. D. (2005). Venus, Serena and the Women's Tennis Association: When and where race enters. *Sociology of Sport Journal*, 22(3), 256-282. <https://doi.org/10.1123/ssj.22.3.255>

Dowling, C. (2001). *The frailty myth: Redefining the physical potential of women and girls*. New York: Random House.

Dufur, M. J. (2006). Gender and sport. In *Handbook of the sociology of gender*. https://doi.org/10.1007/0-387-36218-5_26.

Dugalic, S. (2018). *Sport, media and digitalization*. *Sport, Science & Practice*, 8(1), 56-69. https://www.researchgate.net/profile/Sretenka-Dugalic/publication/326683540_Sport_Media_and_Digitalization/links/5b5eddcba272a2d674ac27/Sport-Media-and-Digitalization.pdf, erişim:06.11.2024.

Duncan, M. & Messner, M. (2005) *Gender in televised sports: News and highlight shows, 1989-2004*. *Amateur Athletic Foundation of Los Angeles*. <http://www.aafla.org/9arr/ResearchReports/tv2004.pdf>, erişim:19.11 2024.

Duncan, M. C. (1990). Sports Photographs and Sexual Difference: Images of Women and Men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 7(1), 22-43. <https://doi.org/10.1123/ssj.7.1.22>

Duncan, M. C., & Messner, M. A. (1998). The media image of sport and sex. In L. A. Wenner (Ed.). *MediaSport* (pp. 170–185). New York: Routledge.

Duverger, M. (1973). *Sosyal bilimlere giriş* (Çev. Ü. Oskay). Ankara: Bilgi Yayınevi.

Entman, R. M. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contrast in narrative of The Korean and Iranian Airline incidents. *Journal of Communication*, 51(4), 6-24.

ESPN. (2018, April 27). *World Fame 100: Meet the 25 most famous women athletes in the world*. https://www.espn.com/espnw/culture/story/_/id/23337210/world-fame-100-25-most-famous-women-athletes, erişim: 17.10.2024.

ESPN. (2021, 20 July). *Team GB's Olivia Breen 'disgusted' by comments over 'inappropriate' sprint kit from official*. https://www.espn.com/olympics/story/_/id/31848847/team-gb-olivia-breen-disgusted-comments-inappropriate-sprint-kit-official, erişim: 11.11.2024.

Ferla, R. (2002). *Bringing home lots of more gold*. New York Times, January 27, p. 27.

Fink, J. S. (1998). Female Athletes and the Media: Strides and Stalemates. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(6), 37-40. <https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605573>

Fink, J. S. (2015). Female Athletes, Women's Sport, and the Sport Media Commercial Complex: Have We Really 'Come a Long Way, Baby'? *Sport Management Review*, 18 (3), 331-342. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.05.001>

Fink, J. S., & Kensicki, L. J. (2002). An Imperceptible Difference: Visual and Textual Constructions of Femininity in Sports Illustrated and Sports Illustrated for Women. *Mass Communication and Society*, 5(3), 317-339. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0503_5

France L. (2006). *Without prejudice*. Sun 26 November. <https://www.theguardian.com/sport/2006/nov/26/tennis.features1>, erişim:10.03.2025.

Frank, B. W. (1997). Masculinity Meets Postmodernism: Theorizing the 'Man-Made' Man. *Ethnologies*, 19(1), 15-33. <https://doi.org/10.7202/1087646ar>

Franzoi, S. L. (1995). The Body-as-object versus the Body-as-process: Gender Differences and Gender Considerations. *Sex Roles*, 33(5-6), 417-437. <https://doi.org/10.1007/BF01954577>

Fredrickson, B. L., & Roberts, T. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>.

Frisby, C. M. (2017). Sacrificing dignity for publicity: Content analysis of female and male athletes on "Sports Illustrated" and "ESPN the Magazine" covers from 2012-2016. *Advances in Journalism and Communication*, 5(2), 120-135. doi: 10.4236/ajc.2017.52007.

Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. London: Sage Publications.

Gash, S. (1999). *Effective literature searching for research* (2nd ed). Aldershot: Gower Publishing Ltd.

Gentlewoman. (1895, May 25). *The new convertible costume*. p. 47.

George, C., Hartley, A., & Paris, J. (2001). The representation of female athletes in textual and visual media. *Corporate Communications: An International Journal*, 6, 94-101. <https://doi.org/10.1108/13563280110391007>

Gervais, S. J., Bernard, P., Klein, O., & Allen, J. (2013). Toward a unified theory of objectification and dehumanization. In S. J. Gervais (Ed.), *Objectification and (de)humanization: 60th Nebraska symposium on motivation* (Vol. 60, pp. 1-23). New York: Springer Science + Business Media. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6959-9_1.

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new Left*. Berkeley: University of California Press.

Glick, P., & Fiske, S. (1996). The ambivalent sexism inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology* 70(3), 491-512.

Godoy-Pressland, A., & Griggs, G. (2014). The photographic representation of female athletes in the British print media during the London 2012 Olympic games. *Sport in Society*, 17(6), 1-16. <https://doi.org/10.1080/17430437.2014.882908>

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.

Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. London: Macmillan

Gordon, S. (2007). *Make it yourself: Home sewing, gender and cultures 1890-1930*. Columbia University Press.

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>

Gurung, R. A. R., & Chrouser, C. J. (2007). Predicting objectification: Do provocative clothing and observer characteristics matter? *Sex Roles*, 57, 91-99. <https://doi.org/10.1007/s11199-53-219-z>.

Güz, N. (1996). *Açık toplum, demokrasi, kitle iletişim araçları*. *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, 2(12), 660-669.

Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*. 11 (3), 205-242. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02

Hardin, M. (2005). Stopped at the gate: Women's sports, broader interest, and decision making by editors. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(1), 62-77. <https://doi.org/10.1177/107769900508200105>

Hardin, M., Chance, J., Dodd, J. E., & Hardin, B. (2002). Olympic photo coverage fair to female athletes. *Newspaper Research Journal*, 23(2/3), 64-78. <https://doi.org/10.1177/073953290202300206>

Hardin, M., Dodd, J. & Lauffer, K. (2006) Passing it on: Reinforcement of male hegemony in sports journalism textbooks. *Mass Communication and Society* 9(4), 429-446. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0904_3

Hargreaves, J. (1994). *Sporting females: critical issues in the history and sociology of women's sports*. London: Routledge

Harris, J., & Clayton, B. (2002). Femininity, masculinity, physicality and the English tabloid press: The case of Anna Kournikova. *International Review for The Sociology of Sport*, 37(3-4), 397-413. <https://doi.org/10.1177/1012690202037004024>

Harris, M. (1998). Sport in the newspapers before 1750: representations of cricket, class and commerce in the London press. *Media History*, 4(1), 19-28. <https://doi.org/10.1080/13688809809357933>

Harrison, K., & Fredrickson, B. L. (2003). Women's sports media, self-objectification, and black and white adolescent females. *Journal of Communication*, 53(2), 216-232. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02587.x>

Harrison, L. A., & Secarea, A. M. (2010). College students' attitudes toward the sexualization of professional women athletes. *Journal of Sport Behavior*, 33(4), 403-426.

Riemer, B. A., & Feltz, D. L. (1997). Cheering on women and girls in sports: using Title IX to fight gender role oppression. *Harvard Law Review*, 110(7), 1627-1645.

Heflick, N. A., & Goldenberg, J. L. (2009). Objectifying Sarah Palin: Evidence that objectification causes women to be perceived as less competent and less fully human. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 598-601. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.02.008>.

Hiebert, R. E. (2003). Public relations and propaganda in framing the Iraq war: a preliminary review. *Public Relations Review*, 29(3), 243-255. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(03\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(03)00047-X)

Hobson, J. (2003). The "batty" politic: Toward an aesthetic of the black female body. *Hypatia*, 18(4), 87-105. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2003.tb01414.x>

Holland, E., Koval, P., Stratemeyer, M., Thomson, F., & Haslam, N. (2017). Sexual objectification in women's daily lives: A smartphone ecological momentary assessment study. *British Journal of Social Psychology*, 56(2), 314-333. <https://doi.org/10.1111/bjso.12152>. <https://doi.org/10.1111/bjso.12152>

Bruback H. (1996). The Athletic Aesthetic. *New York Times Magazine*, June 23.

Hutchins, B., & Rowe, D. (2012). *Sport beyond television: The internet, digital media and the rise of networked media sport*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203120415>

Independent. (2021, 22 April). German athlete Sarah Voss praised for wearing bodysuit to protest sexualisation of female gymnasts. <https://www.independent.co.uk/life-style/women/sarah-voss-bodysuit-sexualisation-gymnasts-b1835868.html>, erişim: 19.08.2024.

Indianapolis Sunday. (1895, June 15). *This woman's a genius: And deserves the homage of her sisters*. p. 5.

Jones, A., & Greer, J. (2011). You don't look like an athlete: The effects of feminine appearance on audience perceptions of female athletes and women's sports. *Journal of Sport Behavior*, 34, 358-377. doi:10. 1037/0033-2909.105.3.409.

Jones, D. (2010). Women's sports coverage: Online images of the 2008 Olympic games. *Australian Journalism Review*, 32(2), 89-102. <https://search.informit.org/doi/10.3316/ielapa.898054296879825>

Jungnickel, K. (2018). *Bikes and bloomers: Victorian women inventors and their extraordinary cycle wear*. Goldsmiths Press.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.4.341>

Kamalian, Z. (2017). Investigation of cycle of women's sports, female championship athletes and sport media. QUID: *Investigación, Ciencia Y Tecnología, Special Issue (1)*, 49-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6131600>

Kane, M. J. (1988). Media coverage of the female athlete before, during, and after Title IX: Sports Illustrated revisited. *Journal of sport management*, 2(2), 87-99. <https://doi.org/10.1123/jsm.2.2.87>

Kane, M. J. (2011). Sex sells sex, not women's sports. *The Nation*, 293(7-8), 28-29.

Kane, M. J., & Maxwell, H. D. (2011). Expanding the boundaries of sport media research: Using critical theory to explore consumer responses to representations

of women's sports. *Journal of Sport Management*, 25(3), 202–216. <https://doi.org/10.1123/jsm.25.3.202>

Kane, M. J., LaVoi, N. M., & Fink, J. S. (2013). Exploring elite female athletes' interpretations of sport media images: A window into the construction of social identity and "selling sex" in women's sports. *Communication & Sport*, 1(3), 269–298. <https://doi.org/10.1177/2167479512473585>

Kang, Mee-Eun. (1997). The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited. *Sex Roles*, 37, 979-996. <https://doi.org/10.1007/BF02936350>

Kapidzic, S., & Herring, S. C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976. <https://doi.org/10.1177/1461444813520301>

Kaskan, E. R., & Ho, I. K. (2016). Microaggressions and Female Athletes. *Sex Roles*, 74(7-8), 275-287. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0425-1>

Khomutova, A., Channon, A. (2015). Legends' in 'lingerie': sexuality and athleticism in the 2013 legends football league us season. *Sociology of Sport Journal*, 32 (2), 161-182. <https://doi.org/10.1123/ssj.2014-0054>

Kim, K., & Sagas, M. (2014). Athletic or sexy? A comparison of female athletes and fashion models in Sports Illustrated swimsuit issues. *Gender Issues*, 31, 123-141. <https://doi.org/10.1007/s12147-014-9121-2>

Kimmell, M. (1996). *Manhood in America: A Cultural History*. New York: Free Press.

Kinnick, K. (1998). Gender bias in newspaper profiles of 1996 Olympic athletes: A content analysis of five major dailies. *Women's Studies in Communication*, 21(2), 213-237. <https://doi.org/10.1080/07491409.1998.10162557>

Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sport coverage. *Sex Roles*, 41(7), 589-604. <https://doi.org/10.1023/A:1018899522353>

Kozee, H. B., Tylka, T. L., Augustus-Horvath, C. L., & Denchik, A. (2007). Development and psychometric evaluation of the interpersonal sexual objectification

scale. *Psychology of Women Quarterly*, 31(2), 176-189.
<https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2007.00351.x>

Kroon, A. (2019). Recontextualizing racism and segregation by ways of “cozification” in a TV sports broadcast.” *Social Semiotics* 29(1), 112-128.
<https://doi.org/10.1080/10350330.2017.1421804>

Kuhn, A. (1985) *The power of the image: Essays on representation and sexuality*. London: Routledge & Kegan Paul.

Lansbury, J. H. (2001). “The tuskegee flash” and “the slender harlem stroker”: Black women athletes on the margin. *Journal of Sport History*, 28(22), 235-252.
<https://www.jstor.org/stable/43609894>

Lazarevic, S., Dugalic, S., Milojevic, A., Koropanovski, N., & Stanic, V. (2014). Unethical forms of behavior in sports. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*, 12(2), 155-166.

Lee J. (2007). This club does not play in fashion’s dress. *The International Journal of the History of Sport*, 24(11), 1421-1429.

Lenskyj, H. 2003. *Out on the field: Gender, sport and sexualities*. Toronto: University of Toronto Press.

Li, B., Scott, O. K. M., Naraine, M. L., & Ruibley, B. J. (2021). Tell me a story: Exploring elite female athletes’ self-presentation via an analysis of instagram stories. *Journal of Interactive Advertising*, 21(2), 108-120.
<https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1837038>

Liang, E. (2011). The media's sexualization of female athletes: A bad call for the modern game. *Inquiries Journal/Student Pulse*, 3(10).
<http://www.inquiriesjournal.com/a?id=587>

Lim, W. M. (2024). What is qualitative research? An overview and guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>

Litchfield, C., Kavanagh, E., Osborne, J., & Jones, I. (2018). Social media and the politics of gender, race and identity: The case of Serena Williams. *European*

Journal for Sport and Society, 15(2), 154-170.
<https://doi.org/10.1080/16138171.2018.1452870>

Little, C. (2014). Gender, class and sporting opportunity: Working-class women and sport in early twentieth-century Australia. *The International Journal of the History of Sport*, 31(13), 1677-1693. <https://doi.org/10.1080/09523367.2014.930786>

Longhurst, B., Smith, G., Bagnall, G., Crawford, G., & Ogborn, M. (2016). *Introducing cultural studies*. London: Routledge.

Loreck, J. (2016). Explainer: what does the ‘male gaze’ mean, and what about a female gaze. *The Conversation*, 6. <https://theconversation.com/explainer-what-does-the-male-gaze-mean-and-what-about-a-female-gaze-52486>, erişim: 25-02.2025.

Los Angeles Herald. (1895). *The new convertible costume: An Englishman's invention women will appreciate*. p. 18.

Lumpkin, A. (2007). A descriptive analysis of race/ethnicity and sex of individuals appearing on the covers of Sports Illustrated in the 1990s. *Physical Educator*, 64(1), 29-37.

Lumpkin, A. (2009). Female representation in feature articles published by Sports Illustrated in the 1990s. *Women in Sport & Physical Activity Journal*, 18(2), 38-51. <https://doi.org/10.1123/wspaj.18.2.38>

Lumpkin, A., & Williams, L. D. (1991) An analysis of Sports Illustrated feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal* 8(1), 16-32. <https://doi.org/10.1123/ssj.8.1.16>

MacArthur, P. J., Angelini, J. R., Billings, A. C., & Smith, L. R. (2016). The dwindling Winter Olympic divide between male and female athletes: the NBC broadcast network's primetime coverage of the 2014 Sochi Olympic Games. *Sport in Society*, 19(10), 1556-1572. <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1159193>

Markula, P. (Ed.). (2009). *Olympic women and the media*. New York: Palgrave MacMillan.

Martin, A., & McDonald, M. G. (2012). Covering women's sport? An analysis of Sports Illustrated covers from 1987-2009 and ESPN The Magazine covers from

1998-2009. *Graduate Journal of Sport, Exercise & Physical Education Research*, 1, 81-97.

McClearen, J. (2017). *Converging media and divergent bodies: articulations of powerful women in the ultimate fighting championship*. Thesis (Ph.D.) University of Washington, Washington, DC.

McCrone, K. E. (1991). Class, gender, and English women's sport, c. 1890-1914. *Journal of Sport History*, 18(1), 159-182. <https://www.jstor.org/stable/43636123>, erişim: 23.01.2025.

McDonagh, E., & Pappano, L. (2008). *Playing with the boys: why separate is not equal in sports*. New York: Oxford University Press.

McKinley N. M., & Hyde J. S. (1996). The objectified body consciousness scale: Development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20(2), 181-215. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x>

McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*. Berkeley: Gingko Press.

McNair, B. (2002). *Striptease culture: Sex, media and the democratization of Desire*. London: Routledge.

Messner M., & Cooky, C. (2010) *Gender in televised sports: news and highlights shows, 1989-2009*. University of Southern California Center for Feminist Research. <http://www.usc.edu/dept/cfr/html/documents/tvsports.pdf>, erişim: 24.12.2025.

Messner, M., & Sabo, D. (1994). *Sex, violence and power in sports: Rethinking masculinity*. Freedom, CA: Crossing Press.

Messner, M. A. (1988). Sports and male domination: The female athlete as contested ideological terrain. *Sociology of Sport Journal*, 5(3), 197-211. <https://doi.org/10.1123/ssj.5.3.197>

Messner, M.A., Duncan, M.C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: the gendered language of televised sports. *Gender and Society* 7(1) 121-137. <https://doi.org/10.1177/089124393007001007>

Moore, S. D. (2013). Media Literacies: A Critical Introduction (2012). *Journal of Media Literacy Education*, 4(3), 275-277. <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1109&context=jmle>, erişim, 15.03.2025.

Moradi, B. (2011). Objectification theory: Areas of promise and refinement. *The Counseling Psychologist*, 39(1), 153-163. <https://doi.org/10.1177/0011000010384279>

Moradi B., Huang Y.-P. (2008). Objectification theory and psychology of women: A decade of advances and future directions. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 377-398. doi:10.1111/j.1471-6402.2008.00452.x

Murray, B. (2018). *A content analysis of Sports Illustrated's portrayal of female athletes and its impact on society*. Liberty University.

Musto, M., Cooky, C., & Messner, M. A. (2017). "From fizzle to sizzle!" Televised sports news and the production of gender-bland sexism. *Gender & Society*, 31(5), 573-596. <https://doi.org/10.1177/0891243217726056>

NBC. (2021, July 20). *Norwegian women's beach handball team fined for not playing in bikinis*. <https://www.nbcnews.com/news/sports/norwegian-women-s-beach-handball-team-fined-not-playing-bikinis-n1274453>, erişim: 07.03.2025.

Near, C. (2013). Selling gender: associations of box art representation of female characters with sales for teen- and mature-rated vide games. *Sex Roles*, 68, 252-269. <https://doi.org/10.1007/s11199-012-0231-6>

Nelson, M. (1994). *The stronger women get, the more men love football: sexism and the American culture of sports*. New York: Harcourt Brace & Company.

Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nicel ve nitel yaklaşımlar*. Cilt I- II. (5. Basım). İstanbul: Yayın Odası.

Rothenberg, B. (2019). Anna Kournikova one of the 'most influential women in tennis history'. <https://www.news.com.au/sport/tennis/ben-rothenberg-names-anna-kournikova-one-of-his-most-influential-women-in-tennis-history/news-story/3d308c097b6763396291c36785789a31>, erişim: 10.03.2025.

Noll, S. M., & Fredrickson, B. L. (1998). A mediational model linking self-objectification, body shame, and disordered eating. *Psychology of Women Quarterly*, 22, 623-636. doi:10.1111/j.1471-6402.1998.tb00181.x

NPR. (2021, 21 July). *The sexualization of women in sports extends even to what they wear*. <https://www.npr.org/2021/07/23/1019343453/women-sports-sexualization-uniforms-problem>, 05.03.2025.

Nussbaum, M. (1995). Objectification. *Philosophy and Public Affairs* 24(4), 279-283. <https://doi.org/10.1111/j.1088-4963.1995.tb00032.x>

Smith C. (2001). *Riot Girls*. <http://nymag.com/nymetro/news/sports/features/5107/>, erişim: 03.03.2025.

O'leary, Z. (2004). *The essential guide to doing research*. London: Sage Publications Ltd.

Osborne C.A, & Skillen F. (2020). Women in sports history: The more things change, the more they stay the same? *Sport in History*, 40(4), 411-433. <https://doi.org/10.1080/17460263.2020.1835707>

Osborne, C. A. (2005). *Gender and the Organisation of British Climbing c. 1857-1955* (Doctoral dissertation, University of Lancaster).

Öztürk, F. (1998). *Toplumsal Boyutlarıyla Spor*. Ankara: Bağırhan Yayinevi.

Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

Papageorgiou, A., Fisher, C., & Crossa, D. (2022). "It just sends the message that you're nothing but your body" a qualitative exploration of adolescent girls' perceptions of sexualized images on social media. *Sexuality & Culture*, 27, 462-481. <https://doi.org/10.1007/s12119-022-10022-6>

Parker, R. (2010). *The subversive stitch: Embroidery and the making of the feminine*. I. B. Tauris.

Pearson's Weekly. (1895, June 15). *New and strange*. p. 8.

Pedersen, P. M. (2003). Examining stereotypical written and photographic reporting on the sports page: An analysis of newspaper coverage of interscholastic athletics. *Women in Sport & Physical Activity Journal*, 12(1), 67-86. <https://doi.org/10.1123/wspaj.12.1.67>

Pederson, P. (2002). Examining equity in newspaper photographs. *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 303-318. <https://doi.org/10.1177/10126902020370048>

Penny Illustrated Paper. (1895, June 1). *Lady's cycling costume*. p. 349.

People. (2021, February 8). *Serena Williams Honors Olympic Great Florence Griffith Joyner in One-Leg Catsuit at Australian Open*. <https://people.com/style/serena-williams-channels-florence-griffith-joyner-one-legged-catsuit-australian-open/>, erişim: 24.09.2024.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

Pfister, G. (2001). From outsiders to idols: Women and the Olympic movement. *ICHPER.SD Journal*, 37(2), 28-36.

Pfister, G. (2015). Sportswomen in the German popular press: A study carried out in the context of the 2011 Women's Football World Cup. *Soccer and Society*, 16(5-6), 639-656. doi:10.1080/14660970.2014.963314

Prakash, P. (1990). Women and Sports: Extending limits to physical expression. *Economic and Political Weekly*, 25(17), 19-29. <https://www.jstor.org/stable/4396222>

Prince, J. (2015). *Beauty diaries: Maria Sharapova*. Harpers Bazaar, 31 August. <http://www.harpersbazaar.com/beauty/diet-fitness/a11996/maria-sharapova-diet-beauty-tips-0915/>, erişim:23.02.2025

Pruitt-Young, S. (2021). *The sexualization of women in sports extends even to what they wear*. National Public Radio. <https://www.kpbs.org/news/2021/jul/23/the-sexualization-of-women-in-sports-extends-even/>, erişim: 12.11.2024.

Rail, G. (1998). *Sport and postmodern times*. Albany, NY: Suny Press.

Chen, S., Ratburn, B., & Phillips, C. (2015). Female college athletes' perceptions on gender stereotypes and discrimination in collegiate athletics. *International Journal of Business and Social Sciences*, 6(5), 28-36.

Rice, D., & Galbraith, M. (2008, November 16). YouTube. <https://www.readingthepictures.org/2020/01/calling-out-tennis-upskirt-photos/>, erişim: 23.01.2025.

Riebock, A., & Bae, J. (2013). Sexualized representation of female athletes in the media: How does it affect female college athletes' body perceptions? *International Journal of Sport Communication*, 6(3), 274-287. <https://doi.org/10.1123/ijsc.6.3.274>

Goldman, R., Heath, D., & Smith, S. L. (1991). Commodity feminism. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(3), 333-351. <https://doi.org/10.1080/15295039109366801>

Roberts, T.-A., Calogero, R. M., & Gervais, S. J. (2018). Objectification theory: Continuing contributions to feminist psychology. In C. B. Travis, J. W. White, A. Rutherford, W. S. Williams, S. L. Cook, & K. F. Wyche (Eds.), *APA handbook of the psychology of women: History, theory, and battlegrounds* (pp. 249–271). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000059-013>

Rowe, D. (2004). *Sport, Culture and Media: The Unruly Trinity*. Berkshire, England: Open University Press.

Russo, A. (1987). Conflicts and Contradictions among Feminists over Issues of Pornography and Sexual Freedom. *Women's Studies International Forum*, 10(2), 103-111. [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(87\)90019-7](https://doi.org/10.1016/0277-5395(87)90019-7)

Sahu, G. S. (2020). Role of mass media in sports promotion. *Vidyabharti International Interdisciplinary Research Journal, Special Issue*, 263-270.

Andujar, S. B. Clara (2010). *Mujeres y deporte en los medios de comunicación. Estudio de la prensa deportiva española (1979–2010)*. Doctoral Thesis. Madrid: Universidad Carlos III press.

Salt Lake Tribune. (1931, December 8). *Air speed girl visits city*. p. 22.

Sartore, M. L., & Cunningham, G. B. (2009). Gender, Sexual Prejudice and Sport Participation: Implications for Sexual Minorities. *Sex Roles* 60(1-2), 100-113 <https://doi.org/10.1007/s11199-008-9502-7>

Scharrer, E. (2004). Virtual violence: Gender and aggression in video game advertisements. *Mass Communication and Society*, 7(4), 393-412. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0704_2

Schultz, J. (2005). Reading the catsuit: Serena Williams and the production of blackness at the 2002 U.S. Open. *Journal of Sport and Social Issues*, 29(3), 338-357. <https://doi.org/10.1177/0193723505276230>

Sherry, E., Osborne, A. & Nicholson, M. (2016). Images of sports women: A review. *Sex Roles*, 74, 299-309. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0493-x>

Shifflett, B., Murphy, D., Ghiasvand, F., Carlton, M., & Cuevas, M. (2016). Gender Bias in Sports-Media Analytics. *Journal of Sports Media* 11(2), 111-128. <https://dx.doi.org/10.1353/jsm.2016.0014>.

Simon, A., & Xenos, M. (2000). Media Framing and Effective Public Deliberation. *Political Communication*, 17(4), 363-376. <https://doi.org/10.1080/10584600050178979>

Smallwood, R. R., Brown, N. A., & Billings, A. C. (2014). Female bodies on display: Attitudes regarding female athlete photos in Sports Illustrated's Swimsuit Issue and ESPN: The Magazine's Body Issue. *Journal of Sports Media*, 9(1), 1-22. doi:10.1353/jsm.2014.0005.

Smart, B. (2005). *The sport star: Modern sport and the cultural economy of sporting celebrity*. London: Sage.

Spencer, N. E. (2004). Sister act VI: Venus and Serena Williams at Indian wells: "Sincere fictions" and white racism. *Journal of Sport and Social Issues*, 28(2), 115-135. <https://doi.org/10.1177/0193723504264411>

Sport England. (2022). *Reframing sport for teenage girls: Tackling teenage disengagement*. www.womeninsport.org/wp-content/uploads/2022/03/Tackling-Teenage-Disengagement-March-2022.pdf, erişim: 09.11.2024.

Sports Illustrated (2009, 15 June). <https://sicovers.com/featured/switzerland-roger-federer-2009-french-open-june-15-2009-sports-illustrated-cover.html>, erişim: 08.01.2025

Sports Illustrated. (2000, 5 June). <https://sicovers.com/featured/anna-kournikova-tennis-june-05-2000-sports-illustrated-cover.html?product=poster>, 08.01.2025

Fein, P. (2019). *How should female athletes be portrayed?* <https://sportstar.thehindu.com/columns/vantagepoint-paul-fein/female-athletes-tennis-sexuality-portrayal-maria-sharapova-anna-kournikova-ana-ivanovic-steffi-graf-chris-evert/article26546949.ece>, erişim: 24.12.2024.

Stankiewicz J. M., Rosselli F. (2008). Women as sex objects and victims in print advertisements. *Sex Roles*, 58, 579-859. <https://doi.org/10.1007/s11199-007-9359-1>

Stevenson, D. (2002). Women, sport, and globalization: Competing discourses of sexuality and nation. *Journal of Sport and Social Issues*, 26(2), 209-225. <https://doi.org/10.1177/0193723502262006>

Strong-Boag, V. (1988). *New day recalled: the lives of girls and women in English Canada (1919-1939)*. Toronto: Clarke, Copp, Pitman.

Sullivan, R. (1999). *Goodbye to heroin Chic: Now it's sexy to be Strong*. Time, July 19, 62.

Swift, J., & Gould, H. (2021). Not an object: on sexualization and exploitation of women and girls. UNICEF. <https://www.unicefusa.org/stories/not-object-sexualization-and-exploitation-women-andgirls/30366>

Swim, J. K., Aikin, K. J., Hall, W. S., & Hunter, B. A. (1995). Sexism and racism: Old-fashioned and modern prejudices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(2), 199-214. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.2.199>

The Associated Press. (2021, November 1,). *Bikini rule changed in beach handball after player protest*. <https://apnews.com/article/sports-entertainment-lifestyle-switzerland-handball-049031940b6a0183136815f19eb6f3ea>, Erişim: 03.02.2025.

The Conversation. (2021, July 25). Uniform discontent: how women athletes are taking control of their sporting outfits. <https://theconversation.com/uniform-discontent-how-women-athletes-are-taking-control-of-their-sporting-outfits-164946>, erişim: 06.03.2025.

The Guardian. (2023, 11 June). Court couture: why tennis fashion owes it all to Suzanne Lenglen. <https://www.theguardian.com/fashion/2023/jun/11/court-couture-why-tennis-fashion-owes-it-all-the-suzanne-lenglen>, erişim: 16.01.2025

The Guardian. (2014, October 18). President of Russian Tennis Federation banned over ‘Williams brothers’ slur. Guardian Sport. <https://www.theguardian.com/sport/2014/oct/18/russian-president-williams-brothersbanned>, erişim: 10.02.2025.

The Guardian. (2018, 24 August). ‘One must respect the game’: French Open says non to Serena’s catsuit. <https://www.theguardian.com/sport/2018/aug/24/serena-catsuit-french-open-dress-code>, 07.01.2025.

The Guardian. (2021, 24 July). Paralympic champion Olivia Breen revealed the many hurdles that women in sport continue to face. Erişim: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/jul/24/time-to-give-those-in-charge-of-female-athletics-short-shrift>, 23.11.2024.

The New Republic. (2016, June 1). How an “indecent” outfit revolutionized women’s tennis. <https://newrepublic.com/article/133743/indecent-outfit-revolutionized-womens-tennis>, erişim: 13.12.2024.

The New York Times (2021, November). Women’s handball players are fined for rejecting bikini uniforms. <https://www.nytimes.com/2021/07/20/sports/norway-beach-handball-team.html>, erişim: 07.03.2025.

The New York Times. (2018, December 21). Civil rights investigation opened after black wrestler had to cut his dreadlocks. <https://www.nytimes.com/2018/12/21/nyregion/andrew-johnson-wrestler-dreadlocks.html>. 17.09.2024.

Theberge, N. (1993). The construction of gender in sport: women, coaching and the naturalization of difference. *Social Problems*, 40(3), 301-313. <https://doi.org/10.2307/3096881>

Tougas, F., Brown, R., Beaton, A. M., & Joly, S. (1995). Neosexism: Plus Ça Change, Plus C'est Pareil. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(8), 842-849. <https://doi.org/10.1177/0146167295218007>.

Tuchman, G. (2000). The symbolic annihilation of women by the mass media. In Crothers, L., Lockhart, C. (eds). *Culture and Politics* (150-174). New York: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_9

University of Minnesota Libraries Publishing. (2010). Understanding media and culture: an introduction to mass communication. 2.2 media effects theories-understanding media and culture. <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/2-2-media-effects-theories/>, erişim: 23.06.2024.

Üstdal, K. M., & Schulze, A. (2007). Başarılı tezler nasıl hazırlanır. İstanbul: Cerrahpaşa Tıp Kitabevi.

Vincent, J., Imwold, C., Johnson, J. T., & Massey, D. (2003). Newspaper coverage of female athletes competing in selected sports in the 1996 Centennial Olympic Games: the more things change the more they stay the same. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 12(1), 1-21. <https://doi.org/10.1123/wspaj.12.1.1>

Vincent, J., Imwold, C., Masemann, V., & Johnson, J. T. (2002). A comparison of selected 'serious' and 'popular' British, Canadian, and United States newspaper coverage of female and male athletes competing in the Centennial Olympic Games: did female athletes receive equitable coverage in the 'games of the women'? *International Review for the Sociology of Sport*, 37(3-4), 319-335. <https://doi.org/10.1177/101269020203700312>

Vincent, J., Pedersen, P. M., Whisenant, W. A., & Massey, D. (2007). Analysing the print media coverage of professional tennis players: British newspaper narratives about female competitors in the Wimbledon Championships. *International*

Journal of Sport Management and Marketing, 2(3), 281-300.
<https://doi.org/10.1504/IJSMM.2007.012406>

Ward, L.M. (2016). Media and sexualization: State of empirical research, 1995–2015. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 560-577.
<https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1142496>

Weber, J., & Barker-Ruchti, N. (2012). Bending, flirting, floating, flying: A critical analysis of female figures in 1970s gymnastics photographs. *Sociology of Sport Journal*, 29(1), 22-41. <https://doi.org/10.1123/ssj.29.1.22>

Weber, J. D., & Carini, R. M. (2012). Where are the female athletes in Sports Illustrated? A content analysis of covers (2000-2011). *International Review for the Sociology of Sport*, 48(2), 196-203. <https://doi.org/10.1177/1012690211434230>

Wilson Sporting Goods Company and the Women's Sports Foundation (WSGCWSF). (1988). *The Wilson Report: Men, Dads, Daughters and Sports*. East Meadow, NY: Women's Sports Foundation.

Withycombe, J. L. (2011). Intersecting Selves: African American Female Athletes' Experiences of Sport. *Sociology of Sport Journal*, 28(4), 478-493.
<https://doi.org/10.1123/ssj.28.4.478>

Women's Sports Foundation U.K. (2004). An investigation into coverage of women's sport on the BBC Sport website: A review of stories from 25 February to 10 March 2004. http://www.ews-online.org/de/menu_2/downloads/docdown-women-sports-and-media-CVGoEw2Gt5gFI

Yip, A. (2016). Deuce or advantage? Examining gender bias in online coverage of professional tennis. *International Review for the Sociology of Sport*, 53(5), 517-532. <https://doi.org/10.1177/1012690216671020>

Yu, Chia-Chen. (2009). A content analysis of news coverage of Asian female olympic athletes. *International Review for the Sociology of Sport*, 44(2-3), 283-305. <https://doi.org/10.1177/1012690209104796>

Zurbriggen, E. L. (2013). Objectification, self-objectification, and societal change. *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 188-215.
<https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.94>